

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**



TEMA:

**“PROPUESTA DE CONFORMACIÓN DE CADENAS PRODUCTIVAS,
CON ÉNFASIS DE UN DISEÑO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y
FINANCIERA PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR
AGROINDUSTRIAL, ASOCIADAS A LA COOPERATIVA LUZ DEL
VALLE”.**

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA,
CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO.**

AUTOR:

CARLOS JAVIER SERNA TRÁVEZ

DIRECTOR DE TESIS:

DR. ING. CARLOS ALBUJA

QUITO, MARZO 2012

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con mucho cariño:

A ti Dios, que me cobijas con tu bendición, eres mi luz y mi guía.

A ti madre Beatriz y a ti padre Carlos, que me enseñan con el gran ejemplo de sus vidas.

A ti hermano Alejandro, que me inspiras con tu tenacidad.

A ti mi sobrina Juliza, que me alegras con tu ternura.

A ti Myriam, que me llenas el corazón con tu cariño, eres mi bella inspiración.

A ustedes mis abuelitos, tíos, primos y mi cuñada, que me alientan con sus consejos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Dr. Ing. Carlos Albuja, por su gran enseñanza y su invaluable guía.

Agradezco a todos mis queridos maestros, porque con su digno ejemplo enaltecen la profesión.

Agradezco a la cooperativa de ahorro y crédito “Luz del Valle”; y a sus integrantes por todo el amable apoyo brindado.

Agradezco a mis estimados amigos por formar parte importante de mi vida.

Te agradezco ti mi amada Universidad Central del Ecuador, por haberme abierto tus gloriosas puertas. Simbolizas la grandeza de tu pueblo.

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, CARLOS JAVIER SERNA TRAVEZ en calidad de autor del trabajo de investigación o tesis realizada sobre “PROPUESTA DE CONFORMACIÓN DE CADENAS PRODUCTIVAS, CON ÉNFASIS DE UN DISEÑO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL, ASOCIADAS A LA COOPERATIVA LUZ DEL VALLE”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, a 31 de marzo del 2012

CARLOS JAVIER SERNA TRAVEZ

CI: 172077450-2

javier.2903@hotmail.com



LUZ DEL VALLE

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

Un Compromiso de Trabajo para un Futuro Mejor

Sangolquí, agosto 3 del 2011

Doctor
Antonio Guevara
COORDINADOR DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Presente.

Estimado Doctor:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Luz del Valle", y por su intermedio a la digna institución.

La Cooperativa en afán de ayuda a la sociedad y en especial a la juventud, ha desarrollado el beneficio de permitir a los estudiantes universitarios realizar su tesis con información de nuestra institución, ya que contamos con profesionales altamente capacitados quienes año tras año han aportado en la formación de estudiantes de las diferentes universidades y colegios para su futura vida profesional.

Por lo expuesto, comunico que los señores: Doris Criollo, Carmen Cando, Evelín Anaguano, Andrea Chanchay, Karina Cuenca, Alex Balseca, Alexandra Arandi, Aracely Bosquez, Ana Espinoza, Daisy Arellano, Alexandra Conza, Myrian Loachamín, Carlos Serna y Verónica Saéz, han sido **APROBADOS** para que desarrollen su tesis en forma de Vinculación con la Sociedad para la obtención de su título terminal, por tanto deben acercarse a nuestra Oficina Matriz, ubicada en la Av. Abdón Calderón 524 e Inés Gangotena, en días laborables de 08h30 a 18h00, en donde se proporcionará toda la información respectiva.

Por la atención que se digne dar al presente, agradezco.

Atentamente


Julio Gualatuna
GERENTE GENERAL
COAC. LUZ DEL VALLE

MATRIZ: Sangolquí, Av. Abdón Calderón 524 e Inés Gangotena.
AGENCIAS: FAJARDO, AMAGUAÑA, ARMENIA, PINTAG, TOLONTAG,
ALANGASI, COTOCHOA, CONOCOTO, ARGELIA

Teléfonos: 2337555 / 6012333

www.luzdelvalle.fin.ec

ÍNDICE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1.	3
LA ACTIVIDAD AGROINDUSTRIAL EN EL ECUADOR.	3
1.1 Enfoque general de la actividad agroindustrial en el país.	3
1.2 La agroindustria y su efecto en la economía nacional.	7
1.3 Enfoque de asociación mediante cadenas productivas.	15
1.4 Antecedentes del cantón Rumiñahui.	21
1.5 Antecedentes de la cooperativa “Luz del Valle”.	24
1.6 Finalidad de la cooperativa de ahorro y crédito “Luz del Valle” con el actual proyecto.	30
CAPÍTULO 2.	31
IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ACTORES DE LAS CADENAS AGRO-PRODUCTIVAS DEL CANTÓN RUMIÑAHUI.	31
2.1 Determinación de los potenciales actores de las cadenas agro-productivas.	31
2.2 Aspectos generales de las cadenas productivas de cárnicos, lácteos, choclo y maíz.	32
2.3 Los eslabones de la cadena.	38
2.3.1 Eslabón de proveedores de insumos para la producción.	38
2.3.2 Eslabón de producción.	40
2.3.3 Eslabón de acopio.	42
2.3.4 Eslabón transformación o procesamiento.	43
2.3.5 Eslabón de comercialización.	44
2.3.6 Eslabón consumo de productos.	44
2.4 Estrategia de unificación de las cadenas productivas.	44
2.4.1 Fases de unificación de las cadenas productivas.	45
2.4.1.1 Fase 1 Conocer a los actores de las cadenas agro-productivas.	45
2.4.1.2 Fase 2 Analizar conjuntamente las oportunidades de mercado.	46
2.4.1.3 Fase 3 Implementar conjuntamente las oportunidades de mercado.	46
CAPÍTULO 3.	48
ANÁLISIS SITUACIONAL DE LAS CADENAS AGRO-PRODUCTIVAS SELECCIONADAS DEL CANTÓN RUMIÑAHUI.	48

3.1 Descripción general del nivel de organización.....	48
3.2 Herramientas seleccionadas para la investigación.	50
3.3 Metodología para la investigación.....	50
3.4 Identificación y descripción del lugar de estudio.	51
3.5 Muestra seleccionada.	52
3.6 Diseño de los instrumentos para la recopilación de los datos.....	54
3.7 Recopilación de la información.....	54
3.8 Procesamiento y análisis de datos.	55
3.9 Análisis FODA.....	80
3.9.1 Estructura de análisis FODA para las cadenas agro-productivas del cantón.....	81
3.9.2 Matriz defensiva.....	84
3.9.3 Matriz ofensiva.....	85
3.10 Enfoque de la propuesta.	86
CAPÍTULO 4.	88
ESTUDIO DE MERCADO.....	88
4.1 Estudio de mercado para la empresa propuesta.....	88
4.2 Segmentación del mercado.	88
4.3 Identificación de la población y selección de la de la muestra.....	89
4.4 Diseño de los instrumentos para recuperación de datos.	90
4.5 Realización de encuestas, de acuerdo al objetivo del proyecto.	90
4.6 Procesamiento y análisis de resultados.....	91
4.7 Análisis del mix del marketing.	109
4.8 Análisis de la demanda y oferta.	115
4.8.1 Análisis de la demanda.	115
4.8.1.1 Análisis histórico de la demanda.....	115
4.8.1.2 Demanda actual del servicio.	116
4.8.1.3 Proyección de la demanda.....	116
4.8.1.4 Demanda anual en horas de servicio.	117

4.8.2 Análisis de la oferta.....	118
4.8.2.1 Oferta actual.	118
4.8.2.2 Proyección de la oferta.	119
4.8.3 Estimación de la demanda insatisfecha.	119
CAPÍTULO 5.	120
ESTUDIO TÉCNICO.	120
5.1 Estudio técnico de la empresa propuesta.....	120
5.2 Análisis de localización.....	120
5.2.1 Macro localización.....	120
5.2.2 Micro localización.	121
5.3 Diseño técnico del proyecto.	123
5.3.1 Tamaño del proyecto.	123
5.3.2 Factores determinantes del tamaño del proyecto.	123
5.3.2.1 El mercado.	123
5.3.2.2 Disponibilidad de recursos financieros.	123
5.3.2.3 Disponibilidad de infraestructura.	124
5.3.2.4 Disponibilidad de equipos de oficina y muebles y enseres.	124
5.3.2.5 Disponibilidad de equipos de computación.....	124
5.3.2.6 Disponibilidad de insumos.	124
5.3.2.7 Disponibilidad de servicios.	124
5.3.2.8 Disponibilidad del talento humano.	124
5.3.2.9 Definición de las capacidades de servicios.	125
5.4 Diagrama de flujo del proceso de servicio de la empresa propuesta.....	125
5.5 Requerimiento de recursos.	127
5.5.1 Requerimiento de infraestructura.....	127
5.5.2 Requerimiento de propiedad, planta y equipo.	128
5.5.3 Requerimiento de insumos.	129
5.5.4 Requerimiento de servicios.....	129

5.5.5 Requerimiento de talento humano.....	130
5.6 Distribución del espacio físico.	131
5.7 Impactos social, económico y ambiental.	133
CAPÍTULO 6.	134
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.	134
6.1 Estudio organizacional de la empresa propuesta.....	134
6.2 Marco legal.	134
6.2.1 Constitución de la empresa.	135
6.2.2 Estructura del capital.	137
6.2.3 Tipo de empresa.....	137
6.2.4 Razón social, logotipo, slogan.....	138
6.2.4.1 Razón social.	138
6.2.4.2 Logotipo.	138
6.2.4.3 Slogan.....	140
6.3 Base filosófica de la empresa.	140
6.3.1 Misión.	140
6.3.2 Visión.....	141
6.3.3 Objetivos.	141
6.3.3.1 Objetivo general.	141
6.3.3.2 Objetivos específicos.....	141
6.3.4 Principios.	142
6.3.5 Valores.	142
6.4 Plan estratégico operacional.....	143
6.4.1 Estrategia de competencia.	143
6.4.2 Estrategia de crecimiento.....	143
6.4.3 Estrategia operativa.	144
6.5 Estructura organizacional.	144
6.5.1 Organigrama estructural.....	145

6.5.2 Organigrama de posición.	146
6.6 Funciones de la empresa AGRO-RED.....	147
CAPÍTULO 7.	154
ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO.	154
7.1 Estudio financiero y económico de la empresa propuesta.....	154
7.2 Presupuesto de inversiones.....	154
7.3 Presupuesto de gastos operacionales.	156
7.3.1 Detalle de los gastos operacionales.....	159
7.3.1.1 Sueldos más beneficios sociales del personal.	159
7.3.1.2 Gastos Transporte.	165
7.3.1.3 Suministros de oficina.	166
7.3.1.4 Suministros de limpieza.	167
7.3.1.5 Depreciaciones.....	167
7.3.1.6 Amortizaciones.	171
7.3.1.7 Arriendos.	171
7.3.1.8 Servicios básicos.	172
7.3.1.9 Mantenimiento de equipos de computación.	173
7.3.1.10 Publicidad.....	173
7.4 Capital de trabajo.....	174
7.4.1 Determinación del capital de trabajo, mediante el método de desfase.	174
7.5 Inversión para el proyecto.	175
7.6 Estructura del capital.....	176
7.6.1 Cronograma de inversión.....	177
7.7 Presupuesto de ingresos.....	178
7.8 Estados de resultado proyectado.....	179
7.9 Flujo neto de fondos.....	180
7.10 Análisis del VAN, TIR, períodos de recuperación y puntos de equilibrio.	182
7.10.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).	182

7.10.2 Análisis VAN.	183
7.10.3 Análisis TIR.	184
7.10.4 Periodo de recuperación.	186
7.10.5 Punto de equilibrio.	186
7.10.6 Análisis de sensibilidad.	193
CAPÍTULO 8.	195
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	195
8.1 Conclusiones.	195
8.2 Recomendaciones.	196

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Formato de encuesta al sector agro-productor	200
ANEXO N° 2 Registro Catastral del Cantón Rumiñahui.	204
ANEXO N° 3 Informe de actividades de vinculación.	215

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto Interno Bruto por clase de actividad económica	8
Tabla 2 Población económicamente activa (PEA)	9
Tabla 3 Límites del cantón Rumiñahui.	22
Tabla 4 División política cantón Rumiñahui.	23
Tabla 5 Población cantón Rumiñahui.	23
Tabla 6 Límites	52
Tabla 7 División Política	52
Tabla N° 8 Actividad principal de los agro-productores encuestados.	56
Tabla N°9 Nivel de actividad de los agro-productores encuestados.	57
Tabla N°10 Resultado de la pregunta: opinión que tienen de sus proveedores de insumos.	59
Tabla N°11 Resultado de la pregunta: Destina algún porcentaje de su presupuesto para invertir	61
Tabla N°12 Resultado de la pregunta: Ha realizado algún tipo de alianza	63
Tabla N°13 Resultado de la pregunta: Qué tipo de alianzas ha realizado	65
Tabla N°14 Resultado de la pregunta: Le parece interesante el tema de alianzas	67
Tabla N°15 Resultado de la pregunta: Destino de su producto	69

Tabla N°16 Resultado de la pregunta: Mercados a los que se dirige el producto	71
Tabla N°17 Resultado de la pregunta: Cuál ha sido su tendencia de mercado	73
Tabla N°18 Resultado de la pregunta: A qué tipos de servicios tiene acceso	75
Tabla N°19 Resultado de la pregunta: Financiamiento	77
Tabla N°20 Resultado de la pregunta: Si ha obtenido crédito, donde lo consiguió	79
Tabla 21 Matriz FODA	81
Tabla 22 Fortalezas:	81
Tabla 23 Debilidades:	82
Tabla 24 Amenazas:	83
Tabla 25 Oportunidades:	83
3.9.2 Tabla 26 Matriz defensiva.	84
3.9.3 Tabla 27 Matriz ofensiva.	85
Tabla N°28 Resultado de la pregunta: Le satisface los servicios que contrata para su negocio.....	91
Tabla N°29 Resultado de la pregunta: Tipo de servicios en los que encuentra mayores falencias	93
Tabla N°30 Resultado de la pregunta: Tipo de información que requiere.....	95
Tabla N°31 Resultado de la pregunta: En qué áreas o temas considera requiere capacitación	97
Tabla N°32 Resultado de la pregunta: Le parece interesante la propuesta de una empresa que se preocupe por su desarrollo	100
Tabla N°33 Resultado de la pregunta: Qué tipo de servicios le interesaría recibir.....	102
Tabla N°34 Pagaría un valor entre 10 y 15 dólares por hora a un profesional que le brinde servicios especializados que usted requiera para su negocio	104
Tabla N°35 Considera que utilizaría los servicios de la empresa propuesta al menos en el año por:	106
Tabla N°36 Por qué medio le gustaría ser informado.....	108
Tabla 37 Demanda Histórica	115
Tabla 38 Proyección de la demanda	117
Tabla N° 39 Estimación de la demanda insatisfecha.....	119
Tabla N° 40 Requerimiento de propiedad, planta y equipo.	128
Tabla N° 41 Requerimiento de insumos.	129
Tabla N°42 Requerimiento de servicios.....	129
Tabla N° 43 Requerimiento de talento humano.....	130
Tabla N° 44 Estructura del capital.	137
Tabla N° 45 Inversión en propiedad, planta y equipo	155

Tabla N° 46 Inversión en otros activos	155
Tabla N° 47 Presupuesto total de gastos operacionales	157
Tabla N° 48 Sueldos más beneficios sociales del personal (AÑO 1).....	160
Tabla N° 49 Sueldos más beneficios sociales del personal (AÑO 2).....	161
Tabla N° 50 Sueldos más beneficios sociales del personal (AÑO 3).....	162
Tabla N° 51 Sueldos más beneficios sociales del personal (AÑO 4).....	163
Tabla N° 52 Sueldos más beneficios sociales del personal (AÑO 5).....	164
Tabla N° 53 Gastos Transporte.....	165
Tabla N° 54 Suministros de oficina.....	166
Tabla N° 55 Suministros de Limpieza	167
Tabla N° 56 Depreciaciones	167
Tabla N° 57 Depreciación Equipos de Oficina.....	168
Tabla N° 58 Depreciación Equipos de Computación.....	169
Tabla N° 59 Reinversión del equipo de computación	169
Tabla N° 60 Depreciación Muebles Y Enseres.....	170
Tabla N° 61 Amortizaciones	171
Tabla N° 62 Arriendos.....	171
Tabla N° 63 Servicios Básicos	172
Tabla N° 64 Mantenimiento de Equipos de Computación	173
Tabla N° 65 Publicidad	173
Tabla N° 66 Gastos operacionales mensuales.....	175
Tabla N° 67 Inversión del proyecto.....	176
Tabla N° 68 Estructura del Capital.....	176
Tabla N° 69 Cronograma de Inversión.....	177
Tabla N° 70 Presupuesto de ingresos.....	178
Tabla N° 71 Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento (TMAR)	182
Tabla N° 72 Período de recuperación de la inversión	186
Tabla N° 73 Gastos operacionales (AÑO 1)	187
Tabla N° 74 Gastos operacionales (AÑO 2)	188
Tabla N° 75 Gastos operacionales (AÑO 3)	188
Tabla N° 76 Gastos operacionales (AÑO 4)	189
Tabla N° 77 Gastos operacionales (AÑO 5)	189
Tabla N° 78 Punto de equilibrio.....	190
Tabla N° 79 Punto de equilibrio. (AÑO 1).....	192
Tabla N° 80 Análisis de sensibilidad	194

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 porcentual de aporte al PIB por clase de actividad económica desde enero a agosto de 2011	8
Gráfico 2 Valor Agregado Bruto	10
Gráfico 3 Los productos de la canasta del Índice de Precios Al Consumidor	11
Gráfico 4 Esquema de cadena agro-productiva	16
Gráfico 5 La agro-producción.....	32
Gráfico 6 Cadena productiva de cárnicos	33
Gráfico 7 Resumen de la cadena productiva de cárnicos	34
Gráfico 8 Productiva de lácteos	35
Gráfico 9 Resumen de la cadena productiva de lácteos	36
Gráfico 10 Producción de maíz.....	37
Gráfico 11 Resumen de la cadena productiva del choclo y maíz	38
Gráfico 12 Fases propuestas para la unificación de la cadena:	45
Gráfico 13 Cadenas productivas	47
Gráfico N° 14 Actividad principal de los agro-productores encuestados.....	56
Gráfico N°15 Nivel de actividad de los agro-productores encuestados	58
Gráfico N°16 Tabulación del nivel de actividad de los agro-productores encuestados	58
Gráfico N°17 Tabulación de la pregunta: opinión que tienen de sus proveedores de insumos	60
Gráfico N°18 Tabulación de la pregunta: opinión que tienen de sus proveedores de insumos	60
Gráfico N° 19 Tabulación de la pregunta: Destina algún porcentaje de su presupuesto para invertir.....	62
Gráfico N° 20 Tabulación de la pregunta: Destina algún porcentaje de su presupuesto para invertir.....	62
Gráfico N°21 Tabulación de la pregunta: Ha realizado algún tipo de alianza	64
Gráfico N°22 Tabulación de la pregunta: Ha realizado algún tipo de alianza	64
Gráfico N°23 Tabulación de la pregunta: Qué tipo de alianzas ha realizado	66
Gráfico N°24 Tabulación de la pregunta: Qué tipo de alianzas ha realizado	66
Gráfico N°25 Le parece interesante el tema de alianzas.....	68
Gráfico N°26 Le parece interesante el tema de alianzas.....	68
Gráfico N°27 Destino de su producto.....	70
Gráfico N°28 Destino de su producto.....	70
Gráfico N°29 Mercados a los que se dirige el producto.....	71
Gráfico N°30 Mercados a los que se dirige el producto.....	72

Gráfico N°31 Cuál ha sido su tendencia de mercado	73
Gráfico N°32 Cuál ha sido su tendencia de mercado	74
Gráfico N°33 A qué tipos de servicios tiene acceso	76
Gráfico N°34 A qué tipos de servicios tiene acceso	76
Gráfico N°35 Financiamiento	77
Gráfico N°36 Financiamiento	78
Gráfico N°37 Si ha obtenido crédito, donde lo consiguió.....	79
Gráfico N°38 Si ha obtenido crédito, donde lo consiguió.....	80
Gráfico N°39 Le satisface los servicios que contrata para su negocio	92
Gráfico N°40 Le satisface los servicios que contrata para su negocio	92
Gráfico N°41 Tipo de servicios en los que encuentra mayores falencias	94
Gráfico N°42 Tipo de servicios en los que encuentra mayores falencias	94
Gráfico N°43 Tipo de información que requiere	96
Gráfico N°44 Tipo de información que requiere	96
Gráfico N°45 En qué áreas o temas considera requiere capacitación.....	98
Gráfico N°46 En qué áreas o temas considera requiere capacitación.....	99
Gráfico N°47 Le parece interesante la propuesta de una empresa que se preocupe por su desarrollo.....	100
Gráfico N°48 Le parece interesante la propuesta de una empresa que se preocupe por su desarrollo.....	101
Gráfico N°49 Qué tipo de servicios le interesaría recibir	102
Gráfico N°50 Qué tipo de servicios le interesaría recibir	103
Gráfico N°51 Pagaría un valor entre 10 y 15 dólares por hora a un profesional que le brinde servicios especializados que usted requiera para su negocio	104
Gráfico N°52 Pagaría un valor entre 10 y 15 dólares por hora a un profesional que le brinde servicios especializados que usted requiera para su negocio	105
Gráfico N°53 Considera que utilizaría los servicios de la empresa propuesta al menos en el año por:	106
Gráfico N°54 Considera que utilizaría los servicios de la empresa propuesta al menos en el año por:	107
Gráfico N°55 Por qué medio le gustaría ser informado	108
Gráfico N°56 Por qué medio le gustaría ser informado	109
Gráfico 57 Macro localización	121
Gráfico 58 Micro Localización	121
Gráfico 59 Edificio en Sangolquí donde funcionará la empresa (Tercer piso)	127
Gráfico N° 60 Punto de equilibrio (Año 1)	193

Resumen Ejecutivo

Título de la tesis:

“PROPUESTA DE CONFORMACIÓN DE CADENAS PRODUCTIVAS, CON ÉNFASIS DE UN DISEÑO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL, ASOCIADAS A LA COOPERATIVA LUZ DEL VALLE”.

Resumen:

El presente proyecto plantea la conformación de cadenas agro-productivas mediante la aplicación de estrategias de unificación de redes productivas, con el desarrollo de tres fases propuestas en el capítulo II de este trabajo y pretenderá con esto conseguir que se formalicen acuerdos de asociación, cooperación y comercialización entre los agro-productores participantes. Además se propone la creación de una empresa, estructurada acorde a las necesidades de las redes agro-productivas del cantón Rumiñahui, para que organice, guíe, asista y asesore, mediante la prestación de servicios profesionales de asistencia técnica agro-productiva, consultorías financieras, de marketing, administrativas y de proyectos y con la inserción de diseños de gestión administrativa y financiera en este sector, se logre favorecer al progreso de esta área del país, siendo también la empresa un elemento integrador para estos encadenamientos.

Palabras clave: PROPUESTA, CANTÓN RUMIÑAHUI, CADENAS AGRO-PRODUCTIVAS, EMPRESA DE SERVICIOS.

Executive Summary

Title of thesis:

"PROPOSAL FOR ESTABLISHMENT A CHAIN WITH AN EMPHASIS ON DESIGN OF ADMINISTRATIVE AND FINANCIAL COMPANIES FOR AGRIBUSINESS, ASSOCIATED WITH THE COOPERATIVE LUZ DEL VALLE".

Summary:

This project proposes the establishment of agro-productive chains by implementing strategies to unify production networks, with the development of three phases proposed in Chapter II of this work and pretend to get it to formalize this partnership agreements, cooperation and agro-marketing among participating producers. It also proposes the creation of a business, structured according to the needs of the agro-productive networks Rumiñahui Canton, to organize, guide, assist and advise, through the provision of professional services productive agro-technical assistance, financial consulting, marketing, administrative and integration projects and designs administrative and financial management in this sector, promote the progress achieved in this area of the country, being also the company an integrating element for these chains.

Keywords: PROPOSAL, RUMIÑAHUI CANTON, AGRICULTURAL PRODUCTION CHAINS, BUSINESS SERVICES.

Introducción

El progreso social es necesario, vasto e importante, la acción integradora mediante cadenas productivas de pequeñas, medianas y grandes unidades productoras, contribuye hacia el logro de resultados positivos; pero la escasa organización, la individualidad y la falta de apoyo, obstaculiza alcanzar el desarrollo deseado en muchas de estas unidades.

El presente proyecto propone la creación de una empresa, diseñada según las necesidades de las cadenas agro-productivas del cantón Rumiñahui, para que organice, guíe, asista y asesore, mediante la prestación de servicios de asistencia técnica de agro-producción, consultorías financieras, de marketing, administrativas y de proyectos, se logre insertar dentro de los eslabones de las redes productivas, diseños de gestión administrativa y financiera, entre otros; buscando así contribuir al desarrollo del sector y conseguir que la empresa funcione como un medio integrador de las redes agro-productivas.

El estudio comprende:

- ✓ La revisión de **La actividad agroindustrial en el Ecuador** como un preámbulo al tema, con la recopilación de varios temas importantes referentes al sector de estudio.
- ✓ **La identificación y clasificación de los actores de las cadenas productivas del cantón Rumiñahui**, como un medio para realizar las primeras vinculaciones con los agro-productores del sector.
- ✓ **El análisis situacional de los participantes para las cadenas productivas del cantón Rumiñahui**, para identificar con esto las condiciones actuales que presenta este sector en lo referente a sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- ✓ **Estudio de mercado para la empresa propuesta**, con esto se busca conocer la demanda de servicios que requiere el sector, así como los

oferentes actuales de estos servicios y el precio más adecuado para ofrecer el servicio.

- ✓ **Estudio técnico de la empresa de proyecto**, con la realización de este capítulo, se analiza la disponibilidad de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros para el proyecto, así como también la capacidad que será instalada para la empresa de servicios.
- ✓ **El estudio organizacional**, dentro de este capítulo, el proyecto define la base legal de la empresa, base filosófica, estrategia operativa, organigramas y las funciones de la empresa.
- ✓ Finalmente el último análisis es el **Estudio financiero y económico de la empresa propuesta**, lo que concluirá con la evaluación económica del proyecto y de acuerdo con los resultados que esto genere, se tendrá la base para la toma de decisiones sobre el proyecto.
- ✓ Con los estudios terminados se tendrá el sustento suficiente para emitir las respectivas **conclusiones y recomendaciones** del proyecto.

CAPÍTULO 1.

LA ACTIVIDAD AGROINDUSTRIAL EN EL ECUADOR.

1.1 Enfoque general de la actividad agroindustrial en el país.

La agricultura ha sido practicada desde inicios de la humanidad. Se han realizado modificaciones en los espacios agrícolas a través del tiempo; cambios producidos en función de la adaptación a los factores naturales como también en función de los sistemas económicos y políticos.

Con la revolución industrial y la consecuente necesidad del incremento de alimentos, la agricultura se ha ido transformando progresivamente.

En los últimos 30 años se han suscitado cambios sin precedentes en todos los componentes de la agricultura mundial, como resultado del proceso de globalización, cambios en las demandas de los consumidores, en la aparición de nuevas tecnologías y en la necesidad de conservar la tierra, el agua y la biodiversidad. En consecuencia la agricultura del siglo XXI, comenzó a ser vista como un sistema integral, que supero el concepto tradicional centrado en la producción¹

Dentro de esta visión, el sector agropecuario y agroindustrial deben entenderse como parte de un sistema en el que interactúan estrechamente con otros sectores productivos y de servicios, este concepto de agricultura reconoce la importancia de las actividades económico-productivas que se desarrollan más allá de la producción primaria, así como el efecto que sobre ellas tiene el entorno político, ambiental y social.

La adopción de este enfoque presenta ventajas y desafíos. Entre las ventajas se puede mencionar que permite contar con una visión más amplia del entorno de una organización agro-empresarial rural; pone en valor las relaciones entre los agentes que participan en el sistema, facilita la identificación de vacíos, coherencias y contradicciones entre instrumentos de política, permite caracterizar limitantes en los diferentes componentes del sistema y su influencia en los demás y facilita la visualización de actores estratégicos capaces de convertirse en núcleos dinámicos del sistema.

¹Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura En El País 2006; Pág. 7

El sistema agro-productivo

Existen diversas definiciones de lo que es un sistema agro-productivo. Según Malassis, por ejemplo, es “el conjunto de las actividades que concurren a la formación y a la distribución de los productos agroalimentarios, y en consecuencia, al cumplimiento de la función de la alimentación humana en una sociedad determinada”²

Otro concepto desarrollado en los años sesenta por Davis y Goldberg, muy relacionado con el anterior, es el de “agro-negocios” que se define como “la suma total de todas las operaciones relacionadas con la elaboración y distribución de los insumos de las fincas, las operaciones de producción, el almacenamiento, el procesamiento y la distribución de los productos del campo y de los bienes elaborados a partir de ellos.”³

Se puede identificar un sistema agro-productivo por la presencia de:

- Un conjunto de componentes: proveedores de insumos, sectores agropecuario, comercial, agroindustrial, de distribución y consumo.
- Una interrelación entre esos componentes y su entorno: servicios de apoyo técnico y financiero, instrumentos de política, medio ambiente.
- Un objetivo común: ofrecer productos acordes con las necesidades del consumidor, considerando elementos económicos, sociales y ambientales.
- Efectos en todos los componentes por cambios ocurridos en alguno de ellos, relativos a los precios, la oferta, la calidad, la normativa, etc.

De acuerdo con la definición tradicional, la agroindustria es la actividad de manufactura mediante la cual se conservan y transforman materias primas procedentes de la agricultura, lo pecuario, lo forestal y la pesca. Esto incluye procesos muy variados: desde la mera conservación tradicional, como el secado al sol, hasta operaciones relacionadas con post-cosecha, como la clasificación y el

² Malassis; Curso de gestión de agro-negocios en empresas asociativas rurales, Pág. 7

³ Davis y Goldberg Curso de gestión de agro-negocios en empresas asociativas rurales, Pág. 7

empaque, o la producción, mediante métodos modernos y de gran inversión de capital, de artículos como fibras, textiles y papel, entre otros.⁴

Además de la actividad agroindustrial convencional, que generalmente está relacionada con la mediana y gran agroindustria, existe un concepto más ligado a la acción de agregar valor en las mismas áreas en donde se da la producción primaria, que es el de la agroindustria rural.

La agroindustria rural es la actividad que permite aumentar y retener, en las zonas rurales, el valor agregado de la producción de las economías campesinas, a través de tareas de post-cosecha en los productos provenientes de explotaciones agropecuarias y acuícolas, tales como la selección, el lavado, la clasificación, el almacenamiento, la conservación, la transformación, el empaque, el transporte y la comercialización, según este enfoque se considera como agroindustria a todas las actividades de acondicionamiento, conservación y/o transformación de los productos agropecuarios y no únicamente a los procesos de transformación.

El contexto internacional: es aquel en donde se ubican los acuerdos comerciales internacionales por medio de los cuales se establecen las condiciones de acceso del producto de un país.

Hoy prácticamente todos los países de América Latina, están inmersos en la negociación o en la aplicación de acuerdos de comercio con socios de bloques de integración regional o con otros países.

Los principales componentes de estos acuerdos tienen que ver con: tarifas arancelarias, cuotas de importación, incentivos a la producción y propiedad intelectual. Algunos elementos fundamentales para la competitividad internacional, como son los subsidios, los acuerdos sanitarios y de inocuidad de alimentos, se discuten y acuerdan a nivel de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

El contexto nacional: es el que se relaciona con el esquema social, político y económico de un país. Dos grupos principales de factores lo definen.

⁴www.monografias.com

El primero es la institucionalidad, una de las grandes limitantes, en la mayoría de países, para la aplicación práctica del enfoque de sistemas, dada la fragilidad de las organizaciones tanto públicas como privadas y la visión sectorial que continúa imperando en la administración. Ello dificulta la articulación entre ministerios e instancias adscritas: agricultura, industria, comercio, salud, medio ambiente y alimentación.

El segundo grupo se refiere a elementos como el nivel de ingresos, el grado de educación, el acceso a vías de comunicación y a servicios básicos, que influyen en el tipo y la cantidad de alimentos que demandan los consumidores.

La estructura propia del sistema: corresponde al componente productivo y a los flujos de bienes y servicios que se dan en su interior. Estos relacionamientos y sus actores son definidos como “cadena”.⁵

El paisaje agrario

Actualmente en el Ecuador el campo agrario se encuentra distribuido en zonas de cultivo agropecuario y en zonas de reserva natural; estas se protegen porque contienen recursos que permiten la supervivencia de los seres vivos en general.

Las diferentes regiones naturales en nuestro país se distinguen claramente por la presencia de cultivos de acuerdo al clima y tipo de suelo que poseen. En la Región Litoral o Costa predomina el cultivo de banano, café, cacao y los pastos que al momento aportan gran cantidad de elementos industriales como también para el mantenimiento de la ganadería, especialmente la del ganado vacuno.

Los cultivos, de ciclo corto y algunos permanentes, se encuentran en determinadas zonas estratégicas de la Región Costera. El arroz y los pastos que de preferencia están en zonas inundables, se localizan en la provincia de Los Ríos y parte de la provincia del Guayas.

En la región de Galápagos existe una variedad de productos de ciclo corto y propio de las zonas templadas y cálidas.

⁵Ministerio de Agricultura y Ganadería, Diagnostico Integral De La Agricultura En El País; Pág. 10

En las partes altas de la región Sierra según las costumbres alimentarias que tiene la población se destacan los cultivos de papa, trigo, cebada y quinua que son la base de la alimentación de una gran mayoría de la población.

Debido al tipo de suelo característico de la Amazonía y como consecuencia de la tala de bosques y de la ineficacia de los suelos para cultivos permanentes en cantidades representativas en esta región, existe el predominio de los pastizales. Los cultivos de ciclo corto son importantes en la zona amazónica, exportan en pequeñas cantidades, desde el lugar hacia otros mercados nacionales, quedando el restante para uso familiar.

Los cultivos se distinguen de acuerdo al tiempo de duración de la planta. Los cultivos permanentes son los que se mantienen con más de diez años de producción continua. Los cultivos transitorios o de ciclo corto son los que la vida de la planta termina igual con la cosecha del fruto.

Según el nivel del consumo los cultivos son básicos cuando forman parte de la dieta familiar y cultivos secundarios los que se utilizan en menor escala; y pueden ser permanentes o transitorios.

Algunos de estos productos con mayor producción; son: piña, naranjilla, manzana, coco, melón y que cubren el 47% de la superficie indicada.

Los productos secundarios de tipo permanente constituyen el 50% del espacio anotado y sirven especialmente para consumo interno del país.

En los últimos años se ha desarrollado la agricultura no tradicional que se utiliza especialmente para la exportación; entre estos productos se encuentran las flores y frutas tropicales, entre otros.

1.2 La agroindustria y su efecto en la economía nacional.

El sector agroindustrial ha sido históricamente determinante en la economía ecuatoriana y en los últimos años ha experimentado un importante crecimiento.

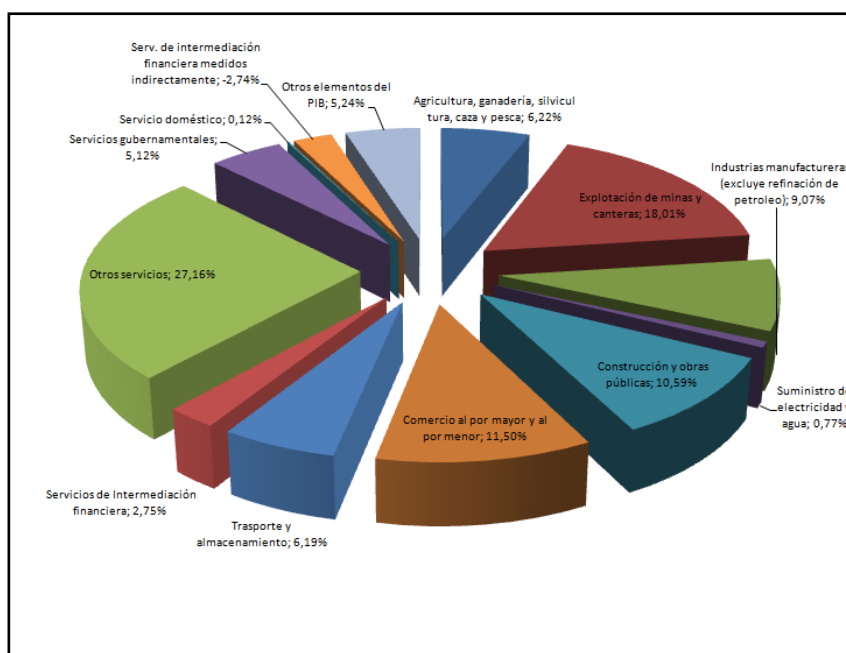
La participación que tiene la agroindustria sobre los países donde se desarrolla este sector, esta medida por su aporte al Producto Interno Bruto (PIB); Esto se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1 Producto Interno Bruto por clase de actividad económica

Ramas de actividad	AÑO 2010	HASTA AGOSTO DE 2011	% DE PARTICIPA CION DEL PIB (año 2011)
A. Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	3.824.255.000	4.052.843.000	6,22%
B. Explotación de minas y canteras	9.528.853.000	11.734.775.000	18,01%
C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	5.406.723.000	5.910.807.000	9,07%
D. Suministro de electricidad y agua	460.439.000	502.811.000	0,77%
E. Construcción y obras públicas	5.973.023.000	6.898.841.000	10,59%
F. Comercio al por mayor y al por menor	6.837.083.000	7.493.497.000	11,50%
G. Transporte y almacenamiento	3.583.472.000	4.030.166.000	6,19%
H. Servicios de Intermediación financiera	1.618.474.000	1.788.333.000	2,75%
I. Otros servicios	16.058.728.000	17.690.830.000	27,16%
J. Servicios gubernamentales	3.118.073.000	3.336.893.000	5,12%
K. Servicio doméstico	72.858.000	78.348.000	0,12%
L. Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente	-	-	-2,74%
M. Otros elementos del PIB	3.121.710.000	3.412.341.000	5,24%
Producto Interno Bruto	57.978.116.000	65.145.433.000	100,00%

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Gráfico 1 porcentual de aporte al PIB por clase de actividad económica desde enero a agosto de 2011



FUENTE: Banco Central Del Ecuador
Elaboración: Propia

El sector agro-productivo contribuye en forma sustancial a la producción nacional: según las cuentas del Banco Central Del Ecuador, en el año 2010 produjo más de 3.800 millones de dólares y de enero a septiembre de 2011, ha producido más de 4.052 millones de dólares con un aporte del 6.22% al PIB en lo que va del año. Siendo este sector significativo económicamente para el Ecuador por su importante contribución en el crecimiento del PIB.

Los rubros más importantes, en cuanto a su contribución al PIB, son los cultivos de banano, café, cacao, flores seguidos por la fabricación de textiles, prendas de vestir y los sectores cárnicos. Los subsectores que menos han contribuido son los productos de tabaco, confitería, aceites y molinería.

El siguiente cuadro muestra la población económicamente activa del país:

Tabla 2 Población económicamente activa (PEA)

CONCEPTO	AÑO 2001	AÑO 2010	AÑO 2011
PEA HOMBRES	3.169.470	3.810.521	3.948.081
PEA MUJERES	1.384.276	2.724.718	2.823.080
TOTAL PEA	4.553.746	6.535.240	6.771.162

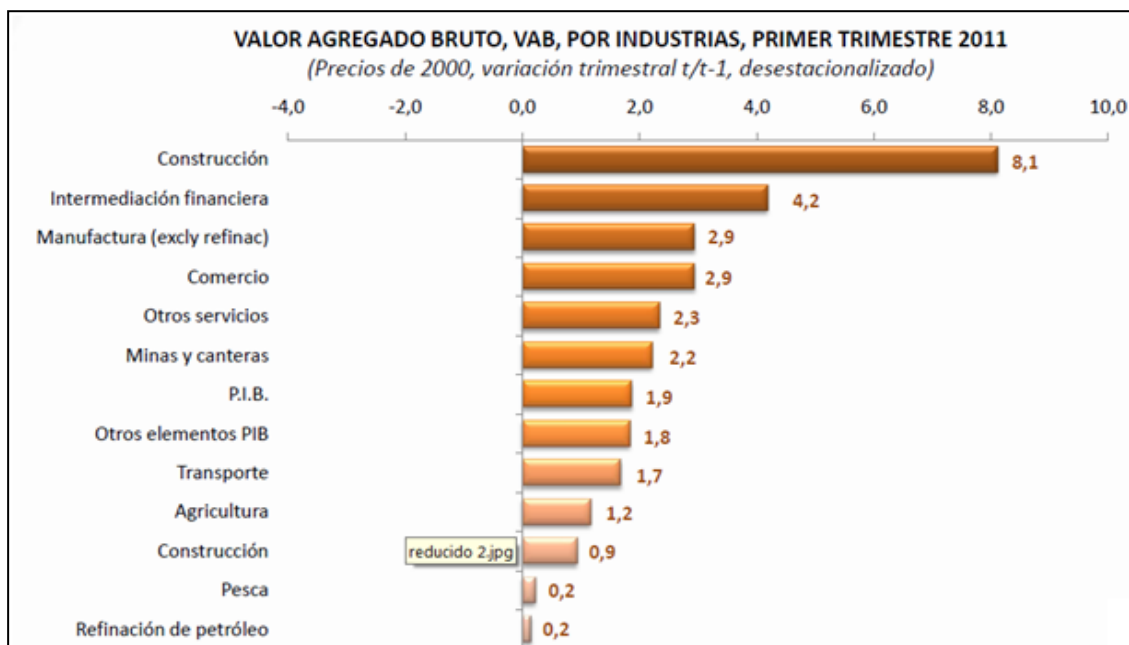
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo
Elaboración: Propia

En la actualidad, el sector agroindustrial ocupa el 27% de la Población Económicamente Activa (PEA), proporcionando trabajo a 1.800.200 personas.⁶

Estas cifras indican la trascendencia de este sector sobre el aporte al desarrollo social, el dinamismo y la sostenibilidad que representa en la economía nacional. En el primer trimestre de 2011, todas las actividades económicas presentaron crecimientos positivos.

⁶www.diariolahora.com

Gráfico 2 Valor Agregado Bruto



Fuente: Banco Central Del Ecuador

En el primer trimestre de 2011, la Construcción (pública y privada); Otros servicios; Transporte; Agricultura, Comercio (al por mayor y menor) y la Pesca, fueron las industrias de mayor crecimiento y por ende de mayor impacto sobre el PIB.

La contribución al PIB del sector agro-productivo ecuatoriano, medida de la forma tradicional, fue del 12.96% durante los últimos 20 años. Sin embargo, esta medición no considera que las actividades agro-productivas desarrollan fuertes encadenamientos con el resto de la economía, como se observa al sumar al aporte del sector, sus encadenamientos hacia atrás (insumos, bienes de capital y otros) y hacia adelante (Acopio, Transformación y otros). Un cálculo de esto permite visualizar que la contribución real de este sector sería superior llegando al 23.2% de aporte al PIB.

Entre más desarrollada y por lo tanto más diversificada es una economía, mayor es el peso de los productos alimenticios y de las manufacturas. En Ecuador, la inclusión de ambos sectores incrementa la participación de la agro-producción con respecto al PIB.

Sin embargo dentro del sector agro-productivo existen un sinnúmero de problemas que hay que enfrentarlos y solucionarlos, en un trabajo conjunto entre los actores del

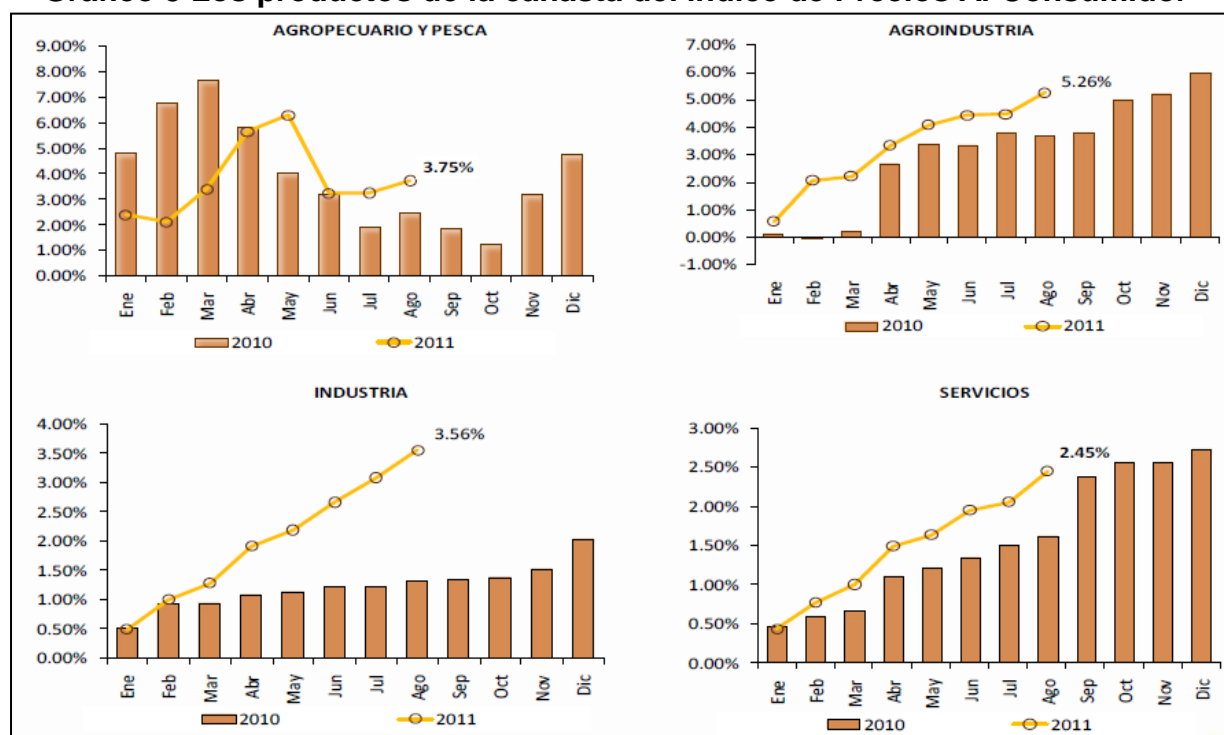
sector, profesionales de diversa índole y entidades gubernamentales para mejorar infraestructuras, viabilidad, leyes, asociaciones de producción, planes de financiamiento, capacitación y asesoramiento en los niveles: productivo, administrativo, financiero y comercial.

Existen algunos indicadores que muestran los problemas de este sector por un cúmulo de causas de diferente naturaleza que necesitan la atención de todo el entorno relacionado.

El siguiente cuadro indica la inflación sufrida por este sector entre enero y agosto de 2011.

Los productos de la canasta del Índice de Precios Al Consumidor (IPC) agrupados en Agroindustria y Agropecuario, registraron la mayor inflación acumulada con un porcentaje del 5.26% y 3.75% respectivamente del período enero-agosto de 2011.

Gráfico 3 Los productos de la canasta del Índice de Precios Al Consumidor



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Las causas para que se produzca la mayor inflación en este sector, con relación a otros sectores, como muestra el gráfico anterior, tiene que ver con muchos de los

problemas que enfrenta este sector y la falta de apoyo para solucionarlos; desde la planificación de la producción para abastecer normalmente al mercado hasta el desarrollo de proyectos que den solución los problemas; inconvenientes relacionados con la falta de capacitación del sector, incentivos a la producción, infraestructura, financiamiento, entre otros.

Problemas de desarrollo de la agroindustria

El Ecuador tiene la necesidad de encontrar una forma de organizar todos sus esfuerzos para poder tener un desarrollo razonable y sustentable que le permita llevar a cabo y en forma eficiente y sensata la explotación de todos los recursos con que cuenta el país.

En los últimos años el sector agroindustrial, tanto en la pequeña como mediana agroindustria, ha tenido una importante mejora en lo que a desarrollo se refiere, sin embargo aun siguen existiendo diversos y muy variados problemas que la aquejan.

Algunos de los principales problemas que afectan al desarrollo y crecimiento de las pequeña y mediana agroindustria, están relacionados a los temas de:

- Infraestructura
- Capacitación
- Financiamiento
- La comercializaron de los productos

Infraestructura

La infraestructura es uno de los principales problemas de la agroindustria, porque simple y sencillamente no existe la infraestructura correspondiente para elevar el desarrollo y crecimiento agroindustrial. Lo cual se debe a una gran falta de disposición y organización de las distintas instituciones que tienen como objetivo el fomento de la agroindustria, además de que se carece de un firme programa que impulsen al desarrollo o creación de microempresas agroindustriales, o incluso de promociones para poder proveer su producto tanto dentro como fuera de la región

donde lo produce, por lo tanto se ven obligados a afrontar grandes costos de facturación o en su defecto para la manutención de los servicios básicos necesarios.

Capacitación

La capacitación es trascendental para obtener un desarrollo constante dentro del sector agroindustrial y para lograrlo, es importante la existencia de programas de capacitación que instruyan al personal a generar e implementar mejoras al sector agroindustrial, todo esto respaldado por los mismos programas de capacitación. La falta de estos programas encamina a un estancamiento tecnológico, que trae como consecuencia la limitada explotación de los recursos y la falta de ideas para el mejoramiento o desarrollo dentro del ámbito agroindustrial.

Financiamiento

Debido a que la pequeña agroindustria tiene pocas posibilidades de obtener un crédito, complica su existencia, porque muchas veces se necesita de capital para poder trabajar con la materia prima, cosa que muchas pequeñas agroindustrias carecen, y esto es debido a gran medida a que los requisitos son muy exigentes y los intereses para proporcionar dichos créditos son muy elevados, además de que las tierras no ofrecen garantías como para poder otorgar los créditos tan ansiados.

Comercialización de los productos

En este sentido el Ecuador presenta poca organización, además de pocos programas de comercialización de los productos del sector agroindustrial, muchas veces no existe diversidad en los productos agroindustriales y cuando los hay, en algunos de los casos presentan un bajo nivel de calidad de los mismos. Carecen de información agrícola que orienten ó informe a los procesadores sobre los tipos de productos a procesar, todo esto para obtener un buen rendimiento comercial y disminuir las deficiencias en la coordinación entre producción primaria e industrial.

El sector agrario ecuatoriano ha dibujado una trayectoria marcada por cuatro hechos:

- a)** La consolidación de unas estructuras que siguen siendo muy desequilibradas social y territorialmente.
- b)** Un crecimiento lento de la frontera agrícola, un aumento de las tierras dedicadas a pastos, una reorientación de las tierras cultivadas en beneficio especialmente de productos exportadores o de demanda masiva urbana y un incremento considerable de la actividad ganadera.
- c)** Una notable alza de la producción pero junto a un significativo decrecimiento de los precios percibidos por los agricultores en términos reales.
- d)** Una importante expansión de las exportaciones agrícolas, lo que ha producido en algunos casos, el desabastecido el mercado local⁷

Una posible solución a esto, es la microempresa, esta puede servir como punto de partida para un mejoramiento progresivo desde los niveles más simples de producción y comercialización nacional hasta las grandes agroindustrias de transformación y exportación, es tarea fundamental de gobierno formar acuerdos con instituciones de diferente índole y con universidades para ofrecer capacitación de nuevas tecnologías para la producción y asesoramiento en mejores prácticas productivas, gestión administrativa, financiera y de comercialización e implantar además nuevas políticas beneficiosas a esta área, además de la inclusión de proyectos gubernamentales, ejecutados por profesionales capacitados, en conjunto con los integrantes de la red de agro-producción nacional con miras de innovación y desarrollo de nuevas formas de asociatividad entre agro-productores, para encaminar los procesos hacia un fortalecimiento del sector, logrando nuevos niveles de competitividad, apuntalando la estructura de la red productiva nacional en los productos de consumo interno y exportación, manteniendo el horizonte de progreso y evolución constante.

Cabe destacar la importancia que tienen los organismos internacionales los cuales son capaces de brindar apoyo y oportunidades no solo en las actividades de

⁷El sector agrario del Ecuador; Francisco García Pascual; Pág. 1

capacitación y estudios de los productos para sus respectivas mejoras, sino también para promover tanto los productos como los mercados donde los requieren.

1.3 Enfoque de asociación mediante cadenas productivas.

Dentro de la visión de sistema agro-productivo un enfoque muy utilizado es el de cadena agro-productiva. Esta se define como una realidad económica y social constituida por un conjunto de actores y actividades que interactúan dentro de un sistema y se interrelacionan para satisfacer necesidades de mercados específicos.

Una cadena agro-productiva está compuesta por una serie de eslabones dentro de los que se destacan los siguientes: la producción; la cosecha y post-cosecha; la comercialización, que incluye, entre otras, las funciones de transporte y el almacenamiento; la industrialización, que comprende actividades de conservación y transformación; la distribución final; y el consumo.⁸

En los países en vías de desarrollo se ha incrementado la necesidad de formular y diseñar estrategias de apoyo para que las empresas aumenten su competitividad, especialmente las PYMES, que han sido muy impactadas por la liberalización económica y la apertura de fronteras. La literatura actual sobre competitividad demuestra que una de las formas de aumentar la productividad de las empresas es a través del desarrollo de la asociatividad entre las mismas para formar lo que se conoce como aglomeraciones.

Uno de los problemas inherentes de las PYMES es justamente su tamaño. Individualmente las PYMES, no tienen la masa crítica para alcanzar economías de escala, acceso a mercados, calidad homogénea y basada en estándares internacionales y una oferta constante y consistente. Así mismo, el tamaño de las PYMES, constituye una barrera en lo que se refiere a entrenamiento y capacitación, inteligencia de mercado, logística e investigación y desarrollo.

La importancia de las PYMES para la generación de empleo es significativa, y su potencial puede ser prometedor, dado que el mayor esfuerzo emprendedor proviene de este sector. De allí que es importante que los gobiernos desarrollen políticas de

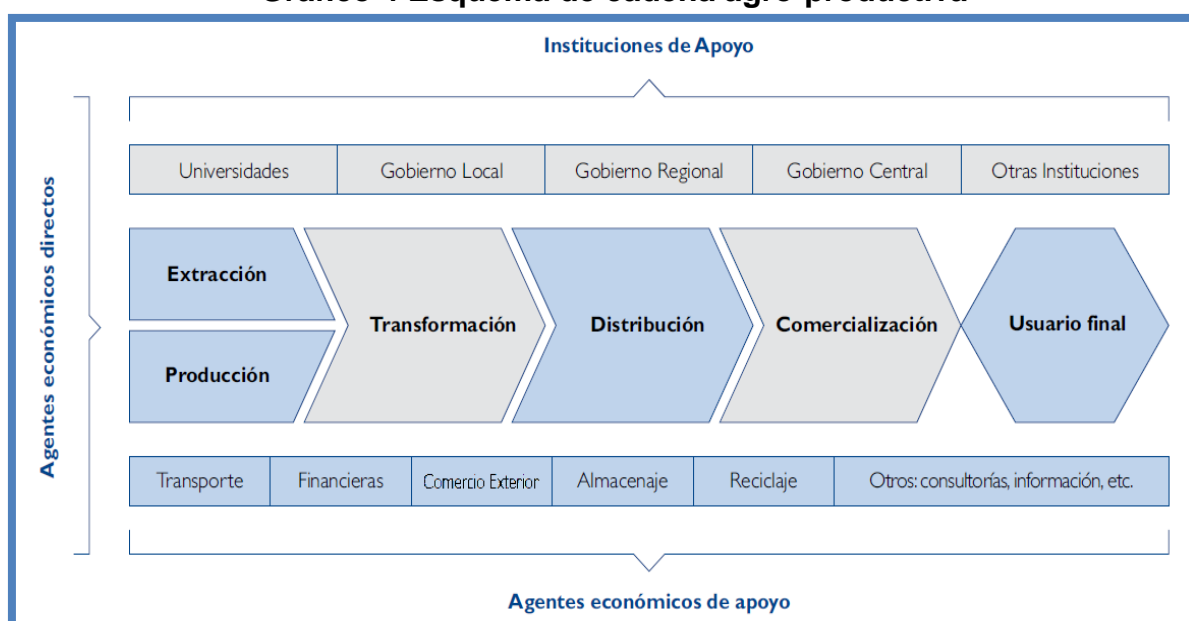
⁸Ministerio de Agricultura y Ganadería, Diagnostico Integral De La Agricultura En El País Pág. 23

apoyo y actúen como catalizador de asociatividad de este importante sector de empresas.

Es por esta razón la asociatividad de empresas es una opción válida para obtener el nivel de desarrollo y competitividad que se requiere para competir a nivel regional y global. Este concepto no es nuevo, Alfred Marshall, en su obra “Principios de Economía” de 1890 ya indica que la asociatividad de las pequeñas empresas en ciertos distritos de Inglaterra, trae consigo externalidades positivas que a la vez significaban aumentos de competitividad.

Michael Porter en su libro “La Ventaja Competitiva de las Naciones”, desarrolló el tema de aglomeración aun más, viendo las ventajas competitivas de ciertas regiones de la llamada “Tercera Italia” donde pequeñas y medianas empresas formaban aglomeraciones que eran altamente competitivas a nivel mundial en ciertas industrias como calzado, cerámicas, etc. Este concepto lo amplía aún más en “Clusters y la Nuevas Economías de Competencia” en 1998, donde Porter especifica las ventajas de clasificar la economía mediante aglomeraciones y no mediante sectores o industrias, porque al observar el panorama entero de un aglomerado, las políticas gubernamentales pueden ser mejor dirigidas. También deja en claro que el papel del gobierno es reforzar una aglomeración existente, en vez de crear una desde el comienzo.

Gráfico 4 Esquema de cadena agro-productiva



FUENTE: www.redproductiva.com

Tipos de redes asociativas

Es importante distinguir los diferentes tipos de asociatividad empresarial que pueden darse, entre estas tenemos:

Redes verticales

Este tipo de asociación se da entre empresas proveedoras y aquellas que producen bienes finales para el consumo. La cooperación en redes verticales en el carácter tecnológico proviene de acuerdos con instituciones tales como universidades, suministro de tecnologías. En la parte productiva las redes verticales se pueden dar en el desarrollo de proveedores. En la parte de mercadeo, las redes verticales ayudan para la compra exclusiva y manejo de territorios con distribución exclusiva.

La capacitación y entrenamiento se puede costear entre todas las empresas que forman el aglomerado y donde todos tienen los beneficios directamente, a través del mejoramiento de sus recursos humanos e indirectamente a través de una oferta de mano de obra más calificada. La especialización de las firmas también es una ventaja importante de las aglomeraciones y redes asociativas.

Redes horizontales

La cooperación en redes horizontales es de carácter asociativo entre empresas competidoras del mismo ramo y se puede dar en forma tecnológica como por ejemplo en laboratorios compartidos que desarrollen tecnologías comunes para todos los participantes. Así mismo, la cooperación horizontal se puede dar en el aspecto productivo como economías de escala, especialización productiva, y hasta limitación de producción.

En el aspecto de mercadeo se puede asociar para tener una antena comercial conjunta, expansión de mercados, compartir marcas, servicio de post-venta común, etc. Cabe recalcar que en las redes horizontales, la asociatividad puede darse entre entes complementarios y no competidores, pero que pueden dar un valor agregado a los productos y servicios.

Redes territoriales

Las redes territoriales no son otra cosa que los llamados “clusters” o aglomeraciones que se pueden producir en un territorio identificable, sea este una ciudad, provincia o región. Las aglomeraciones se dan cuando las firmas sean competidores o complementarios compiten entre sí pero también cooperan y existe una constante presión de la demanda hacia la innovación de los productos. En los clusters existen proveedores especializados y fortalezas institucionales que favorecen el desarrollo empresarial.

Ventajas de la asociatividad

- ✓ Las ventajas de la asociatividad, sea que se alcance mediante la creación de redes, cadenas productivas, o aglomeraciones, son reconocidas en la literatura económica, las que han comprobado que la asociatividad es mayor que las firmas individuales.
- ✓ Entre las principales ventajas de la asociatividad tenemos:
- ✓ El potencial de crecimiento, actualización tecnológica y de innovación de las empresas bajo el esquema de asociatividad.
- ✓ La posibilidad de compartir y aprovechar información sobre:
 - Proveedores
 - Diseño de productos
 - Mano de obra
 - Insumos
 - Clientes e intermediarios
 - Mercados
 - Tecnología

- ✓ La especialización del trabajo entre las firmas que componen la red; y la disponibilidad de mano de obra. Además, la disponibilidad de materia prima generalmente es más abundante cuando existe una aglomeración.
- ✓ Las ventajas de una aglomeración desde el punto de vista de la demanda son variadas y van desde agrupar producción para cumplimientos de volumen hasta vender capacidad instalada a otros miembros de la aglomeración.
- ✓ Resolver problemas comunes también es un incentivo para asociarse, porque los costos son repartidos entre todos los participantes, en algunos casos cuando se llega a acuerdos para invertir conjuntamente.
- ✓ También uno de los puntos en donde generalmente existe más consenso entre las empresas es en el desarrollo del capital humano dentro de redes empresariales.
- ✓ Según la literatura, la ventaja mayor de una aglomeración es la innovación y crecimiento que resulta de la competencia de las firmas dentro de la aglomeración. Las firmas están obligadas a innovar productos y procesos, para ser más eficientes, buscar nichos de mercado, y en general ser más productivas. Esto es el resultado tanto de la competencia y cooperación dentro de la aglomeración.
- ✓ Y por último, el desarrollo de la economía local, producto de la mejora en sueldos y salarios, trae consigo una mejora en el nivel de vida de los habitantes de la localidad de la aglomeración, dándole un rostro humano al desarrollo económico. Todo esto se traduce en un aumento de la eficiencia colectiva de una aglomeración, donde los miembros están mejor juntos que separados.

Obstáculos para el desarrollo de la asociatividad

El nivel de asociatividad en el Ecuador es muy bajo por varias razones: la cultura empresarial, la falta de confianza, el peligro de que ciertos participantes disfruten del

beneficio de la aglomeración sin contribuir a él y el esquema de competir solo en base a precios.

Falta de información

La falta de información no solo es un obstáculo para la asociatividad por el efecto de incertidumbre en los negocios, sino también para crear ventajas competitivas sostenibles. Hay que diferenciar entre información genérica que beneficia a todos los participantes y la información de carácter específica y particular que le permite a una firma crear un producto de características específicas y generalmente basada en tecnología. Por ejemplo en Ecuador, las empresas no tienen conciencia de la diferencia entre una y otra.

Entre la información que consideramos corresponde a la primera categoría y que contribuye a grandes externalidades para todo el sector tenemos: información sobre precios, mercado, financiamiento, ventas, costos de producción, etc.

Desconfianza

La desconfianza ha sido la causa mayor para que las empresas no se asocien en el Ecuador. La rivalidad entre las firmas ha sido intensa y algunas veces inclusive desleal. De allí que se ha alcanzado niveles primarios de asociatividad a través de la conformación de redes empresariales.

La falta de información aumenta la desconfianza y no es hasta cuando hayamos vencido el primer obstáculo, la falta de información y más que nada compartir la poca información que existe, para que la desconfianza baje y aumente la asociatividad y los participantes experimenten los beneficios de la asociatividad.

Free Riders (empresas que participan de los beneficios sin compartir costos)

Este es un obstáculo mayor para la integración y formación de los encadenamientos productivos y aglomeraciones. Cuando las compañías creen que existen otros competidores que no van a invertir en la formación de una aglomeración, pero si se

beneficiarán de este, entonces deciden no participar. Así mismo, cuando las compañías creen que el costo de pertenecer y apoyar una iniciativa de asociatividad es muy alto.⁹

En el Ecuador se debe pensar en asociatividad para que las empresas y unidades productivas familiares pasen del estado actual individualista a uno de redes de asociación cooperativa y de productividad como paso previo a la formación de encadenamientos productivos.

Los esfuerzos de asociatividad tienen que tener ciertos criterios para el éxito y estos deben ser difundidos entre los eslabones de las redes productivas y son:

- ✓ Los esfuerzos en asociatividad resuelven problemas inmediatos de las empresas.
- ✓ Las economías de escala ahorran costos a las empresas.
- ✓ No hay espacio para comportamientos predatorios entre las empresas.
- ✓ Las empresas se sienten seguras y confiables acerca de sus actividades primarias cuando se encuentran trabajando conjuntamente.

En definitiva la asociatividad mediante cadenas productivas, es algo muy favorable para sus participantes, pero requiere de buenas estrategias para lograr los encadenamientos y esto se consigue con la ayuda de la difusión de información que permite aclarar las dudas de cooperar unos con otros.

1.4 Antecedentes del cantón Rumiñahui.

Ubicado al sureste de la provincia de Pichincha, a veinte minutos de Quito, el cantón Rumiñahui; cuenta con un clima agradable todo el año y su temperatura es de 17º grados centígrados, Brinda una variedad de atractivos turísticos, como su entorno natural, destacándose las riveras del Río Pita y sus 18 cascadas, así como casas de hacienda llenas de historia y leyendas de antaño.

⁹ Iván Hernández Álvarez; Consultoría Preparada para el Consejo Nacional de Competitividad; Pág. 10

Clima

El clima del cantón Rumiñahui es muy agradable, oscila entre los 17 grados y en días soleados, llegando a marcar 23 grados de temperatura, así como en las noches baja hasta los 8 grados, que es muy frío.

Toda esta zona está sujeta a dos estaciones, verano e invierno esta última principalmente se presenta en junio a septiembre.

Hidrografía

El cantón se encuentra bañado por los ríos San Pedro, Pita y Santa Clara.

Relieve

El cantón ocupa gran parte del Valle de los Chillos, está rodeado de regiones naturales como el cerro Ilalo, al norte: las laderas y estribaciones del Paschoa y Sincholagua, al sur: los declives exteriores de la cordillera occidental, al este: los declives exteriores de la cordillera occidental y al oeste: la cadena montañosa de Puengasi que separa a Quito del Valle de los Chillos.

Orografía

Está rodeado por las siguientes elevaciones: el cerro Ilalo al norte, la cordillera oriental de los Andes con el Antisana al este, la cordillera Central en la que destaca el Pichincha al oeste, el Atacazo, Corazón y Viudita al sur-oeste y el Paschoa, el Cotopaxi y Sincholagua, al sur.

Tabla 3 Límites del cantón Rumiñahui.

NORTE	Cantón Quito, urbanización la Armenia.
SUR	Monte Paschoa y cantón Mejía
ESTE	Cantón Quito
OESTE	Cantón Quito, Río San Pedro de Cuendina
NOROESTE	San Pedro del Tingo.

Tabla 4 División política cantón Rumiñahui.

San Rafael	2 Km ²
San Pedro de Taboada	4 km ²
Sangolquí	49 Km ²
Cotogchoa	34 Km ²
Rumipamba	40 Km ²

Tabla 5 Población cantón Rumiñahui.

AREA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
ÁREA URBANA	56.794	27.743	29.051
ÁREA RURAL	9.088	4.532	4.556
TOTAL	65.882	32.275	33.607

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Flora y fauna

La flora y fauna característica del callejón interandino, como son los cultivos: de maíz, hortalizas, árboles frutales: tomate, aguacate, y de una gran variedad de cítricos, etc. En terrenos más altos se cultiva choclos, trigo, cebada, papas, etc. La fauna en el cantón Rumiñahui esta presentada por especies como; el ganado vacuno, bovino, porcino, caballar, mular, caprino y asnal. Además de una infinidad de aves voladoras como: la tórtola, mirlo, gallinazo negro, etc. La zona este del cantón está cubierto siempre por verdes bosques.

Desarrollo micro-empresarial

Uno de los puntales del desarrollo de las comunidades es el fortalecimiento de las microempresas artesanales. En este sentido, el Comité de Promoción Social firmó el Convenio de Reactivación Económica del Sector Artesanal, con el Ministerio Relaciones Laborales, mediante el cual se capacitó a los artesanos en distintos frentes.

El programa contempla cinco campos de acción: capacitación en desarrollo emocional, capacitación académica y de cultura general, capacitación empresarial y capacitación técnica. Entre los sectores beneficiados constan: el sector orfebre, electrónico, mecánico, carpintero, confeccionista, entre otros, lográndose capacitar a un total de 960 artesanos.

Adicionalmente se dictaron cursos de: motivación para emprendedores y microempresarios, atención al cliente, plan de negocios, asociatividad, tributación, computación, casting en cera de joyas, reparación del sistema de inyección electrónica de motores a diesel y gasolina, cultura general y reparación de equipos digitales.

1.5 Antecedentes de la cooperativa “Luz del Valle”.

Domiciliada en Sangolquí, cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Luz del Valle” Ltda., de capital variable e ilimitado número de socias y socios.

Misión

Es una entidad cooperativa que trabaja para el desarrollo integral de la comunidad, a través de la intermediación financiera con responsabilidad social, enfocada al sector productivo medio bajo de la economía popular y solidaria con servicios ágiles y oportunos, actuando con transparencia, responsabilidad y equidad que garantiza la solvencia y rentabilidad institucional.

Visión

Luz del Valle al año 2016, busca ser la empresa cooperativa más confiable de la Provincia de Pichincha, reconocida por la calidad de asesoramiento a sus socios, la honestidad de sus actos y la preocupación por el desarrollo integral de la comunidad.

La cooperativa tiene los siguientes objetivos:

- a)** Promover el desarrollo socio-económico de sus socias y socios, la equidad de género y la promoción de la comunidad, mediante la prestación de servicios de carácter financiero y complementarios, abarcando las operaciones de captación de recursos económicos como depósitos de ahorros, depósitos a plazo fijo, así como operaciones de crédito y otros servicios financieros y complementarios que se definan dentro del marco legal permitido para las cooperativas de ahorro y crédito y bajo los principios de autoayuda, autocontrol y auto-administración;
- b)** Promover su relación y/o integración con otras entidades nacionales e internacionales de la misma línea o de integración del sistema cooperativo, en procura de mantener convenios de cooperación que contribuyan al fortalecimiento de la Institución y del cooperativismo;
- c)** Patrocinar el desarrollo de proyectos productivos y de servicios entre sus socias y socios, brindándoles el asesoramiento necesario, de manera que contribuyan al mejoramiento social y económico de sus socias y socios y la comunidad.
- d)** Obtener fuentes de financiamiento interno y externo para el desarrollo de la institución;
- e)** Promover la integración a la cooperativa de un mayor número de personas a efectos de la prestación de los servicios de la institución.
- f)** La Cooperativa no realizará actividades que impliquen intermediación financiera con terceros no socios.

Principios que rigen a la cooperativa:

La Cooperativa regula sus actividades, de conformidad y de acuerdo con los siguientes principios:

- a) Igualdad de obligaciones y derechos de las socias y socios;
- b) Adhesión y retiro voluntario;
- c) Control democrático, un socio un voto;

- d) Distribución de los excedentes económicos entre las socias y socios de conformidad con las resoluciones de la asamblea general.
- e) No discriminación política o religiosa;
- f) Fomento de la educación cooperativa;
- g) Integración cooperativa;
- h) La preocupación por la comunidad y el medio ambiente.

Productos que ofrece:

1. Cuenta luz

La libreta de ahorros podrá ser abierta, por todas las personas sean estas mayores o menores de edad, o por entidades que no persigan finalidad de lucro.

2. Libreta mis ahorritos

La cuenta “Mis Ahorritos” es una cuenta de ahorro programado, dirigida exclusivamente para menores de edad.

3. Aportes a futuros certificados de aportación

Esta captación es ingresada al momento de la apertura de cuenta.

Es una cuenta transitoria, mientras el socio es calificado en el Consejo de Administración y en la Dirección Nacional de Cooperativas

4. Certificados de aportación

Son dineros que los socios aportan como socios para capitalizar la institución, una vez que son calificados interna y externamente.

5. Depósitos a plazo fijo

Son depósitos a un tiempo determinado que lo pueden realizar socios o terceros, sean personas naturales o jurídicas

Servicios:

1. Remesas

Es un servicio de recibo y envío de dineros que realizan los socios/clientes al exterior

2. Transferencias bancarias

El objetivo principal es ahorrar tiempo y riesgo a los socios

3. Efectivizar cheques

El objetivo principal es ayudar al socio a ser efectivo un cheque que no pueda ser cobrado por ventanilla en un banco.

4. Cobro de matriculas

Este servicio es para personas jurídicas o naturales que necesiten recaudar cobros periódicos.

Servicios adicionales:

1. Fondo de asistencia social.

Este fondo tiene por objeto la ayuda económica a quienes sean víctimas de accidentes, incendio, robo y/o asalto.

2. Fondo mortuario.

Tiene por objeto brindar la asistencia económica, al socio o socia por el fallecimiento de su cónyuge o hijos.

3. Fondo de ayuda a la comunidad.

El aporte al fondo lo realizan todos los socios al momento de la apertura y en cada operación de crédito, apelando a los principios de cooperativismo.

Será direccionado a grupos de socios que tengan una necesidad en su sector de residencia y en proporción a la relación de estos con la cooperativa a través de sus cuentas.

Tipos de crédito:

1. Crédito oportuno

Dirigido para socios que requieren financiar alguna necesidad urgente, que poseen algún ingreso estable. O si se trata de personas que poseen negocios deben tener una experiencia no menor a tres meses en el mismo.

✓ **Monto máximo:** 1.000 USD.

2. Crédito automático

Dirigido para socios que tienen depósitos en la cooperativa sea en depósitos a la vista, depósitos a plazo o certificados de aportación, y no deseen disponerlos sino obtener un crédito sobre los mismos.

✓ **Monto máximo:** 90% Del Valor Enajenado

3. Crediluz

Dirigido para socios que tienen una permanencia mayor a 90 días en la cooperativa, que requieren financiar alguna necesidad urgente, que poseen algún ingreso estable. O si se trata de personas que poseen negocios tener una experiencia no menor a seis meses en el mismo.

✓ **Monto máximo:** 3.000 USD

4. Crédito quirografario

Dirigido para socios que requieren financiar alguna necesidad planificada, que poseen ingreso estable mayor a 12 meses. O si se trata de personas que poseen negocios tener una experiencia no menor a un año en el mismo.

✓ **Monto máximo:** 10.000 USD

5. Crédito prendario

Dirigido para socios que requieren financiar alguna necesidad planificada, que poseen ingreso estable mayor a 12 meses. O si se trata de personas que poseen

negocios tener una experiencia no menor a un año en el mismo, que ofrecen como garantía del crédito la prenda de un bien.

6. Crédito hipotecario

Dirigido para socios que requieren financiar alguna necesidad planificada, que poseen ingreso estable mayor a 12 meses. O si se trata de personas que poseen negocios tener una experiencia no menor a un año en el mismo, que ofrecen como garantía del crédito la hipoteca de un bien.

✓ **Monto Máximo:** 25.000 USD

7. Crédito estudiantil

Dirigido exclusivamente para los menores que poseen cuenta infantil mis ahorritos, en la cual firma como deudor de la obligación el representante del menor.

✓ **Monto máximo:** 800 USD

8. tarjeta “soluzion”

Dirigido para socios que tienen experiencia crediticia satisfactoria en la cooperativa, que requieren realizar consumos en los locales afiliados al sistema solución.

✓ **Monto máximo:** 1.500 USD

9. Crédito especial

Dirigido para socios que requieren financiar alguna necesidad urgente y de corto plazo de su negocio en el cual deberán tener experiencia mínima de un año.

✓ **Monto máximo:** 10.000 USD

10. Crédito microluz

Dirigido para microempresarios que requieren financiar su negocio.

✓ **Monto máximo:** 10.000 USD

1.6 Finalidad de la cooperativa de ahorro y crédito “Luz del Valle” con el actual proyecto.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito “Luz del Valle” Ltda., según sus objetivos, detallados en su estatuto, expresa: promover el desarrollo de proyectos productivos y de servicios entre sus socias y socios. Es por esto que apoya proyectos como el presente trabajo, para que sea propuesto dentro del sector agro-productivo del cantón Rumiñahui y así aportar al avance socio-económico de los participantes.

CAPÍTULO 2.

IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS ACTORES DE LAS CADENAS AGRO-PRODUCTIVAS DEL CANTÓN RUMIÑAHUI.

2.1 Determinación de los potenciales actores de las cadenas agro-productivas.

En la determinación y tipificación de los potenciales actores de las cadenas agro-productivas del cantón, según datos oficiales, facilitados por el Municipio del cantón Rumiñahui, se sabe que existe 1.696 personas dedicadas a la agricultura y ganadería, sin embargo para obtener mayor información se realizó un trabajo de investigación; que consistió en la revisión del archivo y la base de datos de socios de la Cooperativa “Luz del Valle”, además de la utilización del registro de catastro de empresas del cantón en estudio (ver anexo N° 3) y la investigación de campo desarrollada a lo largo del cantón de los agro-productores sin mayores registros; con esto se pudo conocer la actividad de negocios, direcciones, referencias y otros datos importantes para los fines del presente proyecto. (Esto también permitió, dirigirse a los agro-negocios para aplicar las encuestas y entrevistas elaboradas, según los propósitos del capítulo III y IV del actual trabajo).

Las cadenas agro-productivas del cantón Rumiñahui identificadas y clasificadas para este proyecto son:

- Cadena productiva de cárnicos
- Cadena productiva de lácteos
- Cadena productiva de choclo y maíz

Y están compuestas por los siguientes eslabones:

- Eslabón de proveedores de insumos para la producción.
- Eslabón de producción.
- Eslabón de acopio o transporte (en el caso de cárnicos).
- Eslabón transformación o procesamiento.
- Eslabón de comercialización.
- Eslabón consumo de productos.

Gráfico 5 La agro-producción



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura

2.2 Aspectos generales de las cadenas productivas de cárnicos, lácteos, choclo y maíz.

Cadena productiva de cárnicos

La cadena agroalimentaria de cárnicos se sustenta en la explotación de ganado vacuno, aviar, porcino y en menor grado ovino. La producción de cada una de estas especies constituye la oferta de carnes para el consumo directo e industrial.

Esta carne posee dos circuitos principales: uno de consumo de carne en fresco, que representa el 89% del volumen total de carne faenada y otro de embutidos de diferentes tipos, que representa el 11%.¹⁰

Aproximadamente el 80% de la carne obtenida en los mataderos se comercializa en mercados populares y carnicerías, el 9% se expende en las principales cadenas de supermercados y frigoríficos y el 11% restante se industrializa (embutidos, conservas entre otros).

El mercado de embutidos es nacional y la materia prima más importante para su elaboración es la carne de ave (en un 47%), seguida por la de cerdo (en un 35%) y

¹⁰ Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura En El País 2006; Pág. 7

la de res (en un 18%). Los ovinos, caprinos y camélidos son fuentes secundarias de materia prima.

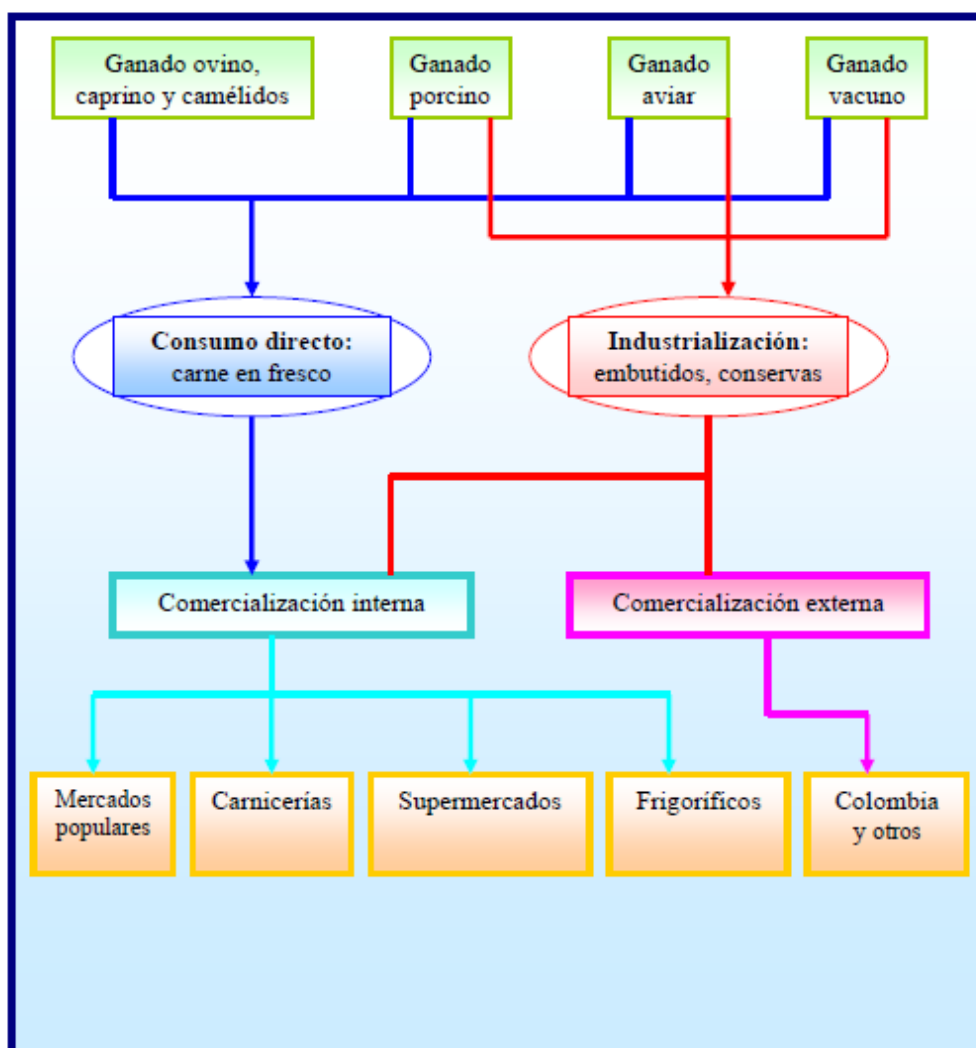
La organización de esta cadena es especialmente importante en el eslabón de la producción, según III Censo Nacional Agropecuario, de la tercera parte del territorio nacional que es ocupado para actividades relacionadas con el campo el 63% corresponde a la explotación ganadera.

Gráfico 6 Cadena productiva de cárnicos



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura

Gráfico 7 Resumen de la cadena productiva de cárnicos



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura

Cadena productiva de lácteos

Tradicionalmente, la producción lechera se ha concentrado en la región interandina, donde se ubican los mayores hatos lecheros. Esto se confirma con el III Censo Nacional Agropecuario, según el cual el 73% de la producción nacional de leche se realiza en la Sierra y aproximadamente un 19% en la Costa y un 8% en el Oriente y en la Región Insular.

La cadena agro-productiva de lácteos se caracteriza por abastecer principalmente al mercado local.

De acuerdo con la Asociación de Industriales de Productos Lácteos del Ecuador (AIPLE), alrededor del 65% de la leche producida se destina al consumo humano y el 35% al consumo animal. Dentro de lo que se destina al consumo humano, solamente el 31% se dirige a la industria. Los principales productos elaborados por la industria a partir de este insumo son: la leche pasteurizada (con un 61% de participación), la leche en polvo (con el 21%), los quesos (con el 9%) y otros productos como el yogurt, la mantequilla y la crema pasteurizada (con el 9%).

Según el proyecto SICA las fincas lecheras han generado 615.843 empleos a nivel nacional.¹¹

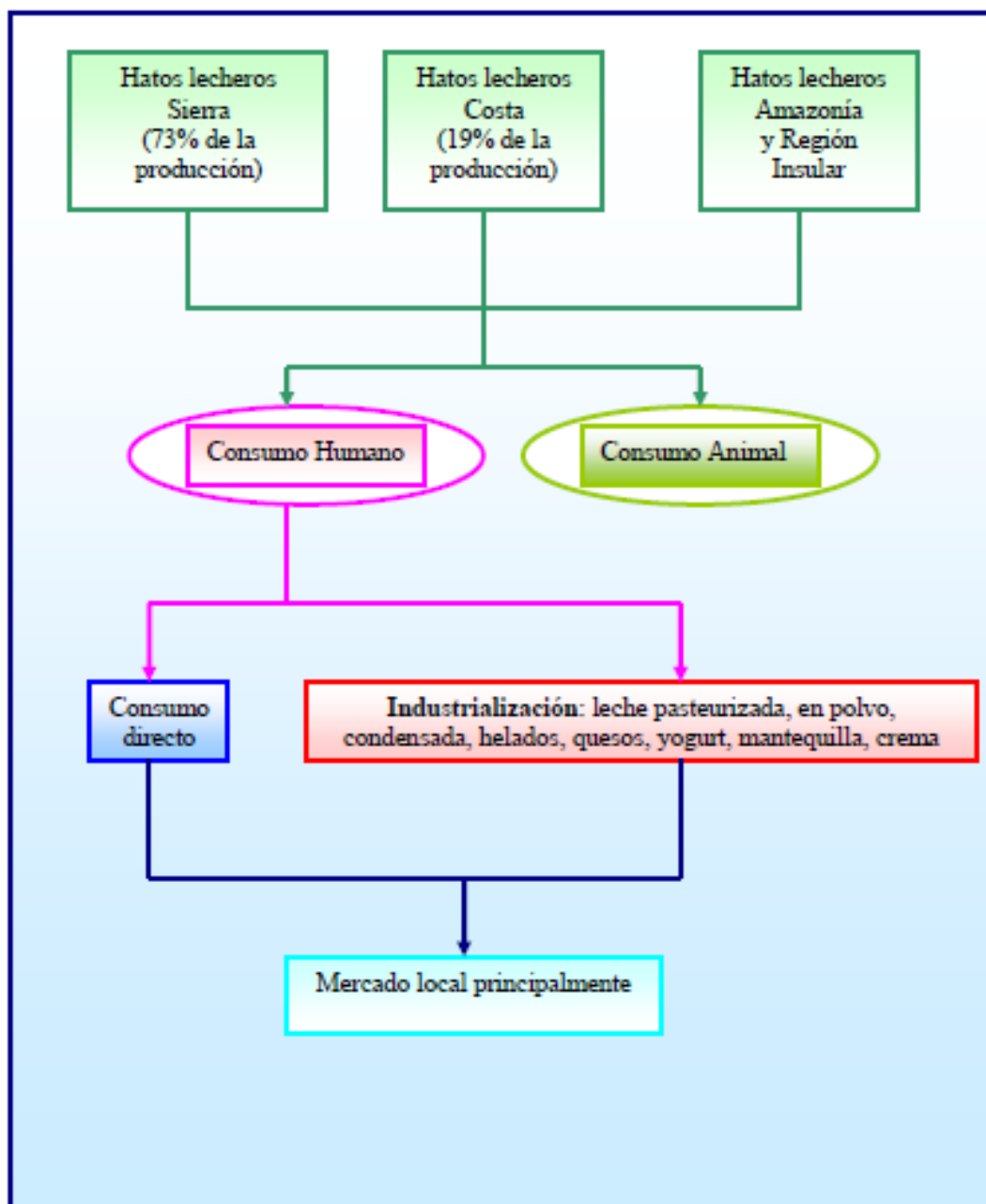
Gráfico 8 Productiva de lácteos



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura

¹¹ Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura En El País 2006; Pág. 94

Gráfico 9 Resumen de la cadena productiva de lácteos



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura

Cadena productiva de choclo y maíz.

La cadena agroindustrial de maíz posee múltiples eslabones. Entre ellos están: el de la provisión de insumos, el de la producción agrícola, el de la comercialización interna, el de la fabricación de balanceados para la industria avícola, el de la industria para consumo (snack).

La producción agrícola de choclo y maíz se caracteriza por una gran dispersión de productores pequeños y medianos, con una productividad promedio muy por debajo de la media internacional y costos de producción altos frente al mercado internacional ¹²

Se estima que el 40% de maíz cosechado se logra limpiar y secar mecánicamente, el 30% es secado en tendales y el 30% se vende húmedo.

El principal uso agroindustrial del maíz cultivado es para la fabricación de balanceados, especialmente para la industria avícola. Se estima que a nivel nacional la industria avícola demanda 480 mil toneladas de maíz en el año. Por su parte, la industria de harinas para consumo humano directo consume cerca de 12 mil toneladas por año.

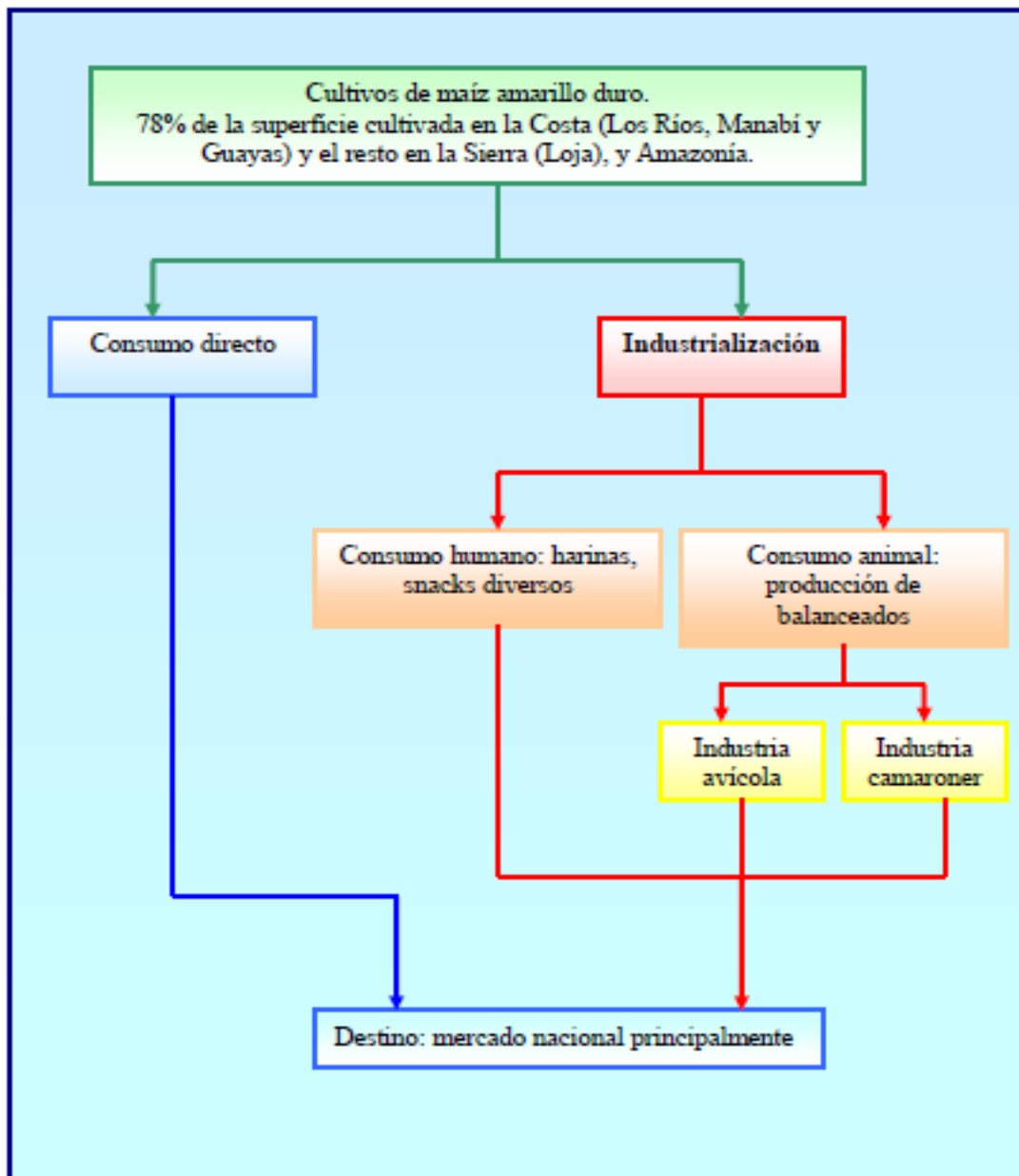
Gráfico 10 Producción de maíz



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura

¹² Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura En El País 2006; Pág. 98

Gráfico 11 Resumen de la cadena productiva del choclo y maíz



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura

2.3 Los eslabones de la cadena.

Un eslabón es cada uno de los anillos o elementos que forman parte de la cadena productiva.

2.3.1 Eslabón de proveedores de insumos para la producción.

El uso de insumos en la producción agrícola juega un rol muy importante, ya que incide directamente en la productividad y en los costos de producción.

Dentro de los insumos elementales para la producción tenemos:

En el caso de cárnicos:

- ✓ Alimentos integrales para el ganado (que aporten a su crecimiento, diferentes del herbaje)
- ✓ Medicinas para el ganado
- ✓ Fitosanitarios. (Insecticidas)

En el caso de lácteos:

- ✓ Alimentos integrales para el ganado (que favorezcan a la producción de leche, diferentes del herbaje)
- ✓ Medicinas para el ganado
- ✓ Fitosanitarios. (Insecticidas)

En el caso del choclo y maíz:

- ✓ Semilla.
- ✓ Abono orgánico o estiércol de corral.
- ✓ Fertilizantes.
- ✓ Fitosanitarios. (Insecticidas y fungicidas)

Actores

Proveedores de alimento integral para ganado y semilla para el cultivo.

Se encuentran ubicadas en las casas comerciales agropecuarias ubicadas en Sangolquí.

En el caso de las semillas para el cultivo del maíz, algunos productores destinan generalmente parte de la producción del cultivo anterior para la siembra y algunos otros compran cada cierto tiempo a fin de evitar la degeneración de la semilla.

Productores pecuarios. Los principales oferentes de estiércol de corral para abono, son los criadores de los diferentes tipos de ganado ubicados en su mayoría en la Parroquia de Cotogchoa, San Pedro de Taboada y Rumipamba; en menor número en Sangolquí y San Rafael.

Proveedores de fitosanitarios. Existen casas comerciales agropecuarias en Sangoqui, donde expenden productos de insecticidas, fungicidas, fertilizantes y otros productos que siguen esa línea para el caso de cultivos y asepsia de corrales de animales.

2.3.2 Eslabón de producción.

En este eslabón están involucrados familias campesinas, pequeños y medianos productores que se dedican a la agro-producción.

Actividades en la cadena de cárnicos:

Tiene como finalidad la formación de animales que posean una apropiada cantidad y calidad de tejido muscular al momento de la faena, el cual es conocido con el nombre de carne; estos requisitos deberán ser acordes al mercado que consumirá el producto. En la producción se distinguen dos etapas, la cría y el engorde.

La etapa de cría tiene como principal objetivo la generación de terneros, obteniendo terneros destetados.

En cambio, la etapa de engorde es realizada para llevar a los animales a las mejores condiciones posibles para la faena. Este proceso tiene dos alternativas; mediante el pastoreo a campo abierto o en corrales donde el alimento es balanceado. El producto final de ambos procesos es un novillo que alcance el grado de terminación (es decir acumulación de tejido graso) que demande el mercado al cual está dirigido y es denominado comúnmente "gordo", o sea en condiciones de ser faenado.

Actividades en la cadena de lácteos:

Producción:

En este eslabón la leche es producida en forma natural por las vacas para la alimentación de las crías (terneros) en períodos posteriores a sus pariciones (lactancia). La explotación económica de este proceso biológico consiste en provocar el “destete” prematuro de los terneros para luego iniciar el ordeño artificial

de las vacas, esto consiste en la estimulación manual o mecánica de las glándulas mamarias, a efectos de la extracción de la leche acumulada en la ubre del animal.

Es decir que el producto “leche” no puede obtenerse, sino, de un animal que previamente haya parido una cría. De modo que no sería posible concebir la producción de “leche” separada de la producción de “terneros”. En términos de la teoría de la económica, la actividad constituye un típico proceso de producción “múltiple conexo”.

Para que una vaca pueda parir y dar comienzo a un período de lactancia, debió haber tenido la correspondiente “concepción” o “preñez” nueve meses antes del parto, que es el período de gestación de la especie bovina.

En los nueve meses que dura la gestación, la vaca alcanza el peso suficiente y recomendable para tener el primer parto, el cual es de 500 kg., es decir el 90% de su “peso adulto”, aproximadamente. Inmediatamente después del parto, la vaca está en condiciones de entrar en producción.

Considerando lo expuesto, es posible concluir en que el ciclo biológico integral de una vaca lechera puede ser dividido en dos etapas nítidamente diferenciables:

- a) ciclo biológico “de pre-producción”, y
- b) ciclo biológico “de producción”.

Ciclo biológico “de pre-producción”.

El ciclo biológico de “pre-producción” está vinculado con el objetivo de lograr futuras vacas para el ordeño.

Ciclo biológico “de producción” láctea.

Este es el ciclo biológico está vinculado con el objetivo de obtener el producto “leche”.

Alimentación.

En esencia, lo que una vaca en lactancia hace es transformar lo que come en leche. La dieta es de base pastoril y les son procuradas mediante sistemas de pastoreo en diferentes praderas.

Adicionalmente, también se utiliza (particularmente para vacas en período de lactancia) el suplemento de la dieta pastoril con alimentos concentrados en energía como por ejemplo maíz (el más utilizado), para aumentar la producción de leche.

Actividades en la cadena del choclo y maíz:

Preparación del terreno en los meses agosto a setiembre se realiza la limpieza y adecuación del terreno.

Siembra.- En el mes de octubre y primera semana de noviembre se realizan las actividades de siembra.

Pocos agricultores cuentan con semilla o certificada, la mayor parte es de la cosecha anterior.

Fertilización.- La fertilización química es muy rara, la fertilización orgánica proviene del estiércol de vacunos, ovinos y otros.

Labores manuales.- Se deshierba y en raras ocasiones se aplican pesticidas contra-plagas.

Otras labores.- son los entresaques para evitar la competencia por los nutrientes y dar el espacio necesario para el desarrollo normal de las plantas.

Cosecha:

El sistema de cosecha no ha sido tecnificado, se realizan solamente prácticas tradicionales tanto en la cosecha, secado, limpieza, selección, almacenamiento. Las pérdidas frecuentes no son cuantificadas. La cosecha del choclo ocurre a inicios de mes de abril mientras que el maíz tarda cerca de dos meses más en obtenerse.

2.3.3 Eslabón de acopio.

El eslabón de acopio, está insertado entre la intermediación y la industrialización con los cuales tiene una relación directa. La actividad de este eslabón consiste en el trabajo con la materia prima principal de las cadenas de cárnicos, lácteos, choclo y maíz, cuya calidad depende mucho de la provisión de insumos y de producción.

Relación con otros eslabones. Este eslabón se encuentra entre la producción y la agroindustria. Se podría decir que constituye el puente entre estos dos eslabones y su acción rápida dinamiza los procesos dentro de la cadena.

2.3.4 Eslabón transformación o procesamiento.

En la cadena productiva de cárnicos

En este eslabón en la industria cárnica se distinguen principalmente tres tipos de actividades: sacrificio en matadero, y despiece.

En las grandes industrias cárnicas disponen generalmente de mataderos industriales de alta producción, con salas de despiece y en algunos casos, fábrica de elaborados, mientras que las industrias más pequeñas, cuentan sólo con mataderos, con menor producción, con métodos más tradicionales y manuales, siendo el destino principal el consumo en fresco. Debido a que la higiene es necesaria durante todas las etapas del proceso productivo, por tener una influencia directa sobre la calidad y salubridad de los alimentos que se elaboran, la limpieza y desinfección de equipos e instalaciones es una operación auxiliar de suma importancia que tiene gran influencia en el proceso productivo y que cuenta con una tecnología y metodología adaptada para el sector.

En la cadena productiva de lácteos

Los principales productos elaborados por la industria de lácteos son leche pasteurizada, yogurt, crema de leche, quesos, leche en polvo, mantequilla entre otros.

En la cadena productiva de choclo y maíz

Este eslabón se encarga de la transformación del maíz en productos para el consumo humano como son harinas y snacks, además produce alimentos integrales para animales, con el procesamiento de balanceados.

En la parroquia de Cotogchoa dentro del parque industrial existe un eslabón de transformación de alimentos que podría ser un potencial eslabón de la cadena productiva del choclo y maíz; y por sus condiciones podría ser la empresa ancla de esta cadena para abrir mayor espacio en el mercado

Dentro del cantón Rumiñahui la mayoría de agro-industrias son pequeñas y con métodos poco tecnificados de procesamiento de alimentos; sin embargo existen un número reducido de grandes agroindustrias como el caso de “Falimensa de Alimentos”; “Danec” y “Alimentos Kraft del Ecuador” que pertenecen al grupo de

grandes industrias dentro del parque industrial dentro del cantón Rumiñahui, cerca de Cotogchoa.

2.3.5 Eslabón de comercialización.

Pertenece al eslabón que recibe la producción de las agroindustrias o en ciertos casos desde el productor mediante un acopiador y lo distribuye en los mercados en los que participa.

Este eslabón es muy importante para las cadenas de cárnicos, lácteos, choclo y maíz, puesto que el dinamismo que le da en sus ventas, ofreciendo el producto a sus clientes y con cierto valor agregado en algunos casos, favorece a los eslabones que preceden a este eslabón porque mientras más venda el eslabón de comercialización mayor serán las ventas dentro de la cadena.

2.3.6 Eslabón consumo de productos.

Consiste en definir mediante los estudios de mercado; siendo responsabilidad de la empresa al mando de las cadenas productivas, la demanda insatisfecha existente de los productos que las tres cadenas productivas, para incrementar la cuota de participación de mercado y mejorar el nivel de ventas a lo largo de los encadenamientos productivos.

2.4 Estrategia de unificación de las cadenas productivas.

La unificación de cadenas productivas es un tema flexible que puede adaptar diversas estrategias para obtener los mejores resultados. Luego de la revisión de un gran número de casos exitosos acerca de asociatividad se adapto lo siguiente: según Thomas Bernet, André Devaux, Oscar Ortiz y Graham Thiele autores del enfoque participativo de cadenas productivas (EPCP), con excelentes resultados en Perú. Proponen respetar tres fases fijas para este proceso y sumar otras estrategias si los ejecutores del proceso lo creen conveniente; cada fase tiene una duración flexible según cómo avance el proceso, así como un objetivo específico y un evento de cierre. Es importante que los ejecutores que lideran y llevan a cabo el proceso de

unificar la cadena productiva alcancen una lógica de sostenibilidad de la estructura, que consta de 3 fases, buscando empoderar gradualmente a los actores claves, involucrados para alcanzar una participación progresiva de la toma de decisiones a lo largo del proceso de unificación de cada eslabón para las cadenas productivas.

Gráfico 12 Fases propuestas para la unificación de la cadena:



2.4.1 Fases de unificación de las cadenas productivas.

2.4.1.1 Fase 1 Conocer a los actores de las cadenas agro-productivas.

Corresponde a la fase de diagnóstico, que incluye encuestas y en especial entrevistas para identificar a los interesados respecto a la conformación de una cadena de productiva; conocer y comprender a los partícipes, sus intereses, problemas e ideas. Los contactos establecidos a través de las entrevistas ayudan a motivar a estos actores para que participen en el primer evento público del proyecto, al que también se invita a representantes de las instituciones de investigación y de gobierno.

En la primera parte del evento se presentan los resultados de las entrevistas y se discuten en la sesión plenaria los temas de interés conjunto identificados por las encuestas y entrevistas. En este sentido, este evento es usado como una primera ocasión para compartir ideas e intereses entre las diferentes partes interesadas,

además de generar un vínculo y un compromiso entre representantes del sector agro-productivo, representantes de gobierno, personas relacionadas y ejecutores de la propuesta de integración de cadenas de productivas.

2.4.1.2 Fase 2 Analizar conjuntamente las oportunidades de mercado.

Apunta a definir y analizar las oportunidades potenciales de negocio o cooperación mutua. Los ejecutores de la propuesta aseguran la interacción óptima y el aprendizaje recíproco. La reunión grupal tiene un fuerte énfasis en la demanda del mercado, el suministro de insumos para la producción y otros temas claves en su actividad. En esta etapa, una vez concluida la primera fase, se conoce los temas comunes de interés del grupo y para ello deben pedir el apoyo profesional de asesores en diversas áreas de producción y negocio para facilitar la guía en estos temas.

En el evento final de esta fase, las oportunidades de mercado se identifican. Además este evento proporciona un impulso oportuno para integrar a organismos estatales como un apoyo más dentro de la unificación de cadenas productivas. Y finalmente las oportunidades de negocios o contribución encontradas entre los eslabones participantes, previo un análisis profesional, podrán ser formalizadas en un futuro a corto plazo, en acuerdos de cooperación entre los figurantes de la cadena.

2.4.1.3 Fase 3 Implementar conjuntamente las oportunidades de mercado.

Se concentra en la implementación de todas las actividades necesarias para llevar a la práctica las oportunidades de mercado identificadas. El tiempo necesario para su ejecución puede variar, los entornos complejos requieren más tiempo, a pesar que la disponibilidad del personal de apoyo y las reuniones frecuentes aceleran el proceso. En cualquier caso, son necesarios entre tres a cuatro meses para ejecutar satisfactoriamente las actividades planificadas y lanzar las innovaciones generadas durante las reuniones y fases concluidas. En contraposición a los eventos anteriores, las invitaciones a este último se envían a un grupo más extenso, como periodistas, políticos y organismos donantes públicos. La idea de este último gran evento es aprovechar al máximo los resultados del proyecto y empoderar a los actores que

serán prominentes para la sostenibilidad de las innovaciones en el transcurso del tiempo.

Gráfico 13 Cadenas productivas



La propuesta finaliza explícitamente con este gran evento; la empresa coordinadora de las cadenas productivas, iniciará con actividades específicas de servicio, para ayudar a consolidar los diversos logros: nuevos productos, procesos y organizaciones. El grado de participación depende mucho de la naturaleza de las innovaciones y de las capacidades de los eslabones de la cadena productiva para avanzar. El apoyo estatal es una ayuda más, especialmente cuando se necesita de recursos para financiar a agro-productores en sus nuevas operaciones.

CAPÍTULO 3.

ANÁLISIS SITUACIONAL DE LAS CADENAS AGRO-PRODUCTIVAS SELECCIONADAS DEL CANTÓN RUMIÑAHUI.

3.1 Descripción general del nivel de organización.

El tipo de organización predominante entre los productores ecuatorianos es la familiar o individual. Por su parte, las empresas productoras de mayor tamaño, comúnmente apoyadas por proyectos de desarrollo, adquieren la forma de asociaciones o cooperativas, modalidad que se presenta con mayor frecuencia en la producción de derivados de lácteos.

La organización familiar o individual de la producción se observa cuando existen procesos relativamente simples donde la producción puede ser asumida por una sola persona.

En Ecuador, la forma asociativa es menos común que la familiar. Las asociaciones existentes han sido creadas a fin de responder a la necesidad de constituir un capital inicial entre dos o más particulares.

Algunas formas de organizaciones identificadas en el país

Comuna.- es una organización campesina, con un origen primitivo. Se basa en los principios de solidaridad, ayuda mutua, trabajo comunitario (mingas) y valores éticos que se resumen en tres enunciados: No robar, no mentir, no ser ocioso.

Federación de comunas.- es la instancia de segundo grado de la organización comunal. Se rige por la Ley de Organización y Régimen de Comunas pero para que sea reconocida como tal debe tener un mínimo de 30 socios.

Cooperativa agropecuaria.- es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada.

Asociación agropecuaria.- es una forma de organización integral de productores del sector agropecuario que pretende unificar esfuerzos de sus miembros para lograr un trabajo eficiente y potenciar el uso de los recursos naturales y financieros. Además buscar desarrollar entre sus asociados la ayuda, el ahorro y la planificación agropecuaria

Organización agropecuaria de primer grado.- es la unión de personas naturales de dedicadas a la actividades agro-productivas que se unen mediante acuerdo voluntario para buscar el trabajo y el bienestar colectivo, con reconocimiento jurídico y normas que regulan su funcionamiento, con ámbito de acción a nivel local.

Organización agropecuaria de segundo grado.- es la unión de organizaciones jurídicas de primer grado con objetivos y actividades afines y con ámbito de acción a nivel cantonal, provincial o regional. Algunos ejemplos son: la Federación de Comunas de la Provincia del Chimborazo, el Centro Agrícola de Machala, o la Unión de Cafetaleros de la región Oriental.

Organización agropecuaria de tercer grado.- es la unión de organizaciones jurídicas de segundo grado con objetivos y actividades afines, con ámbito de acción a nivel nacional.

Unión de cooperativas.- está conformado por un mínimo de dos cooperativas de la misma clase y se rige por la Ley de Cooperativas

Federación de cooperativas.- se rige por la Ley de Cooperativas y se necesita para su conformación un mínimo de 21 cooperativas de la misma clase, por lo menos de siete provincias, Tiene carácter nacional.

Centros agrícolas.- Son corporaciones de derecho privado integradas por agricultores organizados para acogerse a los beneficios de sus leyes respectivas.

Cámara de agriculturas zonales.- son las instancias de segundo grado de los centros agrícolas y cámaras de agricultura. Se forman con los centros agrícolas cantonales de las zonas establecidas.

Federación nacional de cámaras de agricultura.- está integrada por las cámaras de agricultura zonales. Su directorio se conforma por los presidentes de las cámaras zonales quienes ejercen en forma rotativa y sucesiva, en períodos de un año, la presidencia de la federación.

Corporaciones y fundaciones.- son organizaciones de derecho privado sin fines de lucro, con capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones.

3.2 Herramientas seleccionadas para la investigación.

Los instrumentos para esta investigación, son los siguientes:

- Encuestas diferenciadas para los eslabones de la cadena agro-productiva, además de entrevistas a los mismos.
- Fichas nemotécnicas.

El cuestionario se utilizará para llevar a cabo la encuesta.

La ficha nemotécnica resumen las teorías que sustentan la investigación.

3.3 Metodología para la investigación.

La investigación a realizar será del nivel descriptiva-explicativa, por cuanto se describirán las herramientas de gestión en todos sus aspectos y se explicará la forma como facilitarán la productividad y competitividad de las cadenas productivas en el marco del cantón Rumiñahui.

Métodos

En esta investigación se utilizará el método analítico-sintético por cuanto analizará los instrumentos de gestión apropiados para las cadenas productivas del cantón Rumiñahui y los propondrá de forma entendible para su mejor utilización.

Fuentes de recolección de la información

Primaria y Secundarias:

Con la realización de la investigación de campo se recolectará la información primaria y a través de la revisión de la documentación existente se habrá recopilado la información secundaria lo que aportará a desarrollar del análisis situacional de las cadenas agro-productivas seleccionadas del cantón Rumiñahui para este capítulo.

Población de la investigación

La población de la investigación está conformada por las cadenas productivas principales del cantón Rumiñahui, estas son:

- Cadenas productivas de cárnicos
- Cadenas productivas de lácteos
- Cadenas productivas de choclo y maíz

Divididas en los siguientes eslabones:

- Eslabón de proveedores de insumos para la producción.
- Eslabón de producción.
- Eslabón de acopio o transporte.
- Eslabón transformación o procesamiento.
- Eslabón de comercialización.
- Eslabón consumo de productos.

3.4 Identificación y descripción del lugar de estudio.

El lugar de estudio es el cantón Rumiñahui situado al sureste de la provincia de Pichincha, a veinte minutos de Quito.

Tabla 6 Límites

NORTE	Cantón Quito, urbanización la Armenia.
SUR	Monte Pasochoa y cantón Mejía
ESTE	Cantón Quito
OESTE	Cantón Quito, Río San Pedro de Cuendina
NOR OESTE	San Pedro del Tingo.

Tabla 7 División Política

San Rafael	2 Km ²
San Pedro de Taboada	4 km ²
Sangolquí	49 Km ²
Cotogchoa	34 Km ²
Rumipamba	40 Km ²

Las tres primeras son parroquias urbanas y las dos siguientes son parroquias rurales.

3.5 Muestra seleccionada.

En el último Censo de Población y Vivienda 2010, se conoce que trabajan 1.696 personas en el sector agro-productivo del cantón investigado, pero no existe un dato oficial del número de agro-negocios existentes, es por esto que sobre la base de la información recopilada en el capítulo II del actual trabajo, se pudo obtener contactos, direcciones y referencias de los agro-productores (obtenidos de los registros y la plataforma de datos de la Cooperativa “Luz del Valle”, el registro catastral [ver anexo N° 3] y la investigación de campo realizada), con esta indagación, se determinó la existencia de 104 negocios relacionados con la agro-producción, entre proveedores, productores, transportistas de productos agrícolas, industrias y comercializadores que forman parte de las cadenas agro-productivas dentro del cantón Rumiñahui.

Luego de conocer la población se utiliza la siguiente fórmula para obtener una muestra representativa

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * N + Z^2 * p * q}$$

En donde los elementos de la fórmula son:

n = El tamaño de la muestra.

N = El tamaño del universo.

z = nivel de confianza deseado. Para el proyecto se tomó el 95%, en donde el valor que representa en la tabla de la curva normal es de 1,96.

p = Proporción estimada de éxito (0.90).

q = Proporción estimada de fracaso (0.10).

e = El error de estimación, que para el proyecto se consideró el 5%

Para obtener los valores de **p** y **q** se realizó una prueba piloto a 20 agro-productores de la zona; de los cuales 18 respondieron positivamente, es decir el 90% y 2 negativamente, esto es 10%, con la siguiente pregunta:

¿Estaría de acuerdo en participar en una propuesta de conformación de cadenas agro-productivas, con el apoyo de una empresa que preste servicios a esta red de la agro-producción?	SI	NO
Agro-productores del cantón Rumiñahui.	18	2
PORCENTAJE TOTAL	90%	10%

Entonces el cálculo de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{(1,96^2) * 104 * 0,9 * 0,1}{((0,05^2)*(104)) + ((1,96^2)*(0,9)*(0,1))}$$

$$n = 59,36$$

$$n = 59 \text{ agro-negocios}$$

(Resultado que es utilizado también, para el desarrollo del estudio de mercado)

3.6 Diseño de los instrumentos para la recopilación de los datos.

Para obtener la información primaria para el análisis situacional y el estudio de mercado se ha diseñado un formato de encuesta (ver anexo N° 2) que incluye entrevistas a los eslabones identificados de la cadena agro-productiva.

“Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.”¹³

En general las encuestas y entrevistas abarcan aspectos relacionados con datos de identificación, tipo y capacidad de producción, gestión del negocio, comercialización de productos, servicios que requiere y otros temas relacionados.

La mayor parte de las preguntas son cerradas para facilitar el procesamiento de datos y las de tipo abierto se aplica un trato especial que implica organizar las repuestas en común para lograr una tendencia.

Para extraer la información secundaria se ha aplicado el formato de ficha nemotécnica para organizar la información y de esta forma utilizar las teorías relativas a la investigación; además de la consulta de fuentes oficiales referentes al tema.

3.7 Recopilación de la información.

Con los formatos diferenciados de encuestas se planificó el trabajo de encuestar y entrevistar a los eslabones reconocidos de las cadenas agro-productivas del cantón Rumiñahui.

En el proceso de recopilar información secundaria se lo hizo de forma frecuente durante el trabajo de investigación con el llenado de fichas nemotécnicas y la consulta de diversas fuentes oficiales vinculadas a la investigación.

¹³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>

3.8 Procesamiento y análisis de datos.

Con la aplicación del cuestionario, se obtuvo lo que se muestra a continuación como resultado del análisis de las preguntas:

Preguntas Nº 1 – 2 – 3 - 4

I. DATOS GENERALES				
1	Nombre del establecimiento o propietario:			
2	Años que dedica a la actividad			
3	Ubicación:	a) Provincia:	b) Ciudad:	c) Parroquia:
		d) Dirección:		
		e) Teléfono:	f) Fax:	g) E-mail:
4	Número de empleados	<hr/>		

Análisis:

Las primeras cuatro preguntas sirven en la identificación de los agro-productores y los diferentes eslabones que conforman las cadenas productivas del cantón Rumiñahui.

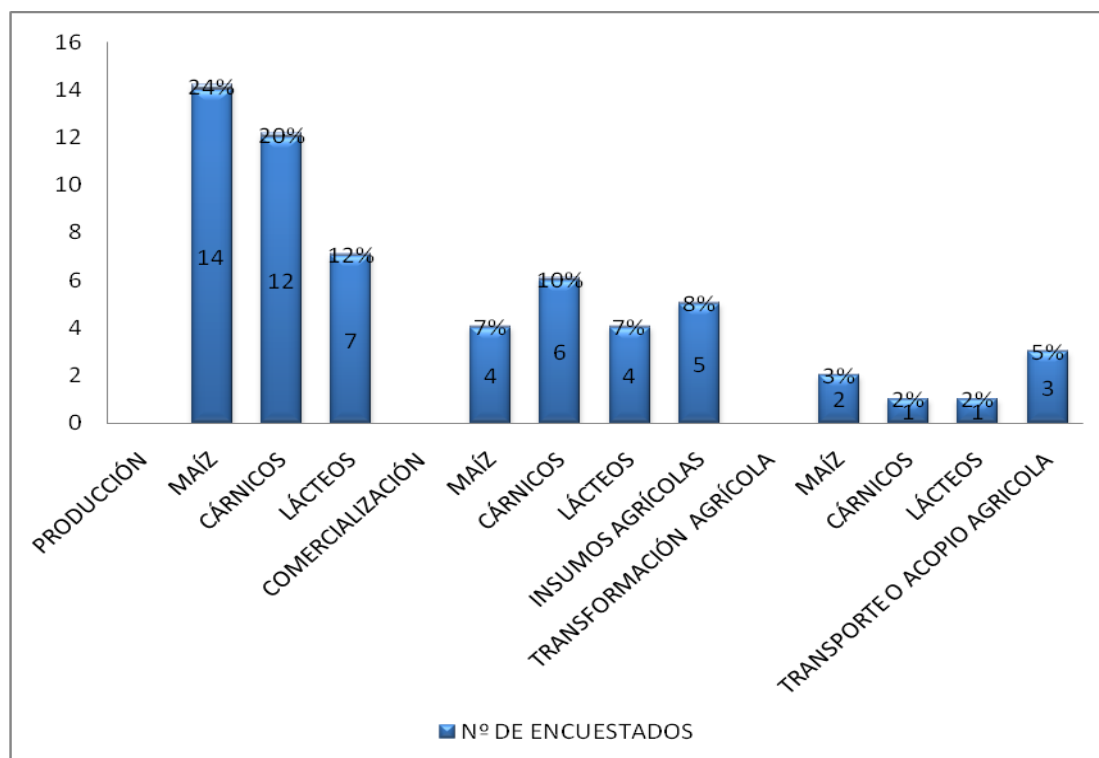
Pregunta Nº 5

I. DATOS TÉCNICOS	
5	Actividad principal a la que se dedica

Tabla N° 8 Actividad principal de los agro-productores encuestados.

ACTIVIDAD PRINCIPAL A LA QUE SE DEDICA	Nº DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
<u>PRODUCCIÓN</u>		
MAÍZ	14	24%
CÁRNICOS	12	20%
LÁCTEOS	7	12%
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>		
MAÍZ	4	7%
CÁRNICOS	6	10%
LÁCTEOS	4	7%
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	5	8%
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>		
MAÍZ	2	3%
CÁRNICOS	1	2%
LÁCTEOS	1	2%
<u>TRANSPORTE O ACOPIO AGRICOLA</u>	3	5%
TOTAL	59	100%

Gráfico N° 14 Actividad principal de los agro-productores encuestados.



Interpretación:

El resultado de esta pregunta, identificó las tres cadenas agro-productivas más representativas del cantón Rumiñahui indicando en que porcentaje están distribuidas.

Existe un porcentaje mayoritario en el eslabón de producción, en los cultivos de maíz con un 24% de productores, en segundo lugar crianza de animales con un 20% y finalmente un 12% en la producción de lácteos del total de encuestados. En el eslabón de comercialización el mayor porcentaje está en comercio de cárnicos con un 10%, seguido por la venta de lácteos y maíz con un 7% respectivamente. El eslabón de insumos agrícolas presento un total de 8% del total de negocios visitados. El eslabón de transformación sumo un 7% del total de agro-productores ubicados, dividido en 3% transformación de alimentos y 2% en cárnicos y lácteos correspondientemente. En el eslabón de transporte, que trabaja usualmente con el sector agro-productivo, se identifico un 5% de negocios de los 59 entrevistados.

Pregunta Nº 6

6	¿Cuál es el nivel de su actividad o de producción que usted realiza?	a) Alta <input type="text"/> b) Mediana <input type="text"/> c) Baja <input type="text"/>
---	--	---

Tabla Nº9 Nivel de actividad de los agro-productores encuestados

¿Cuál es el nivel de su actividad o de producción que usted realiza?	Alta	Media	Baja	Total encuestados
<u>PRODUCCIÓN</u>				
MAÍZ	2	8	4	14
CÁRNICOS	2	5	5	12
LÁCTEOS	1	4	2	7
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>				
MAÍZ	1	2	1	4
CÁRNICOS	2	3	1	6
LÁCTEOS	2	1	1	4
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	1	3	1	5
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>				
MAÍZ	2			2
CÁRNICOS	1			1
LÁCTEOS	1			1
<u>TRANSPORTE O ACOPIO AGRÍCOLA</u>		1	2	3
TOTAL	15	27	17	59
PORCENTAJE TOTAL	25%	46%	29%	100%

Gráfico N°15 Nivel de actividad de los agro-productores encuestados

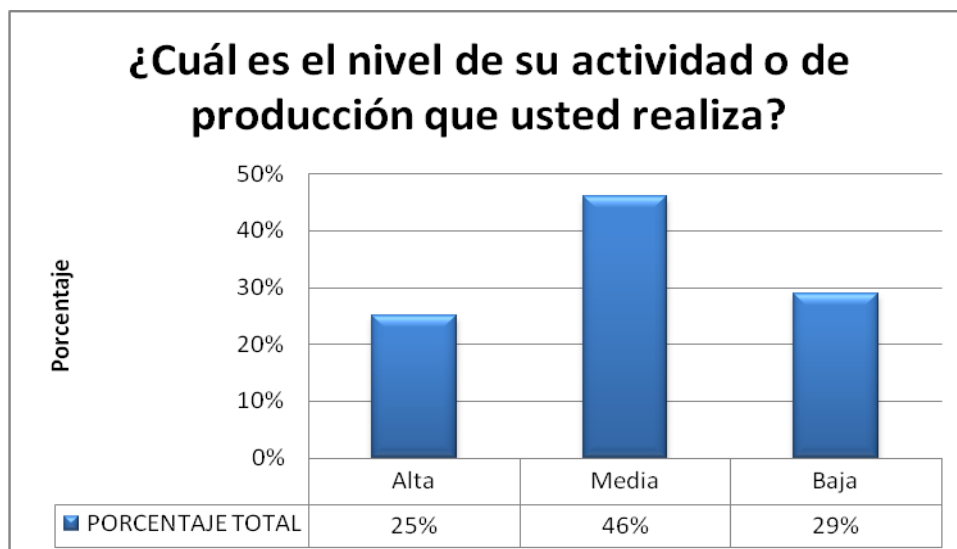
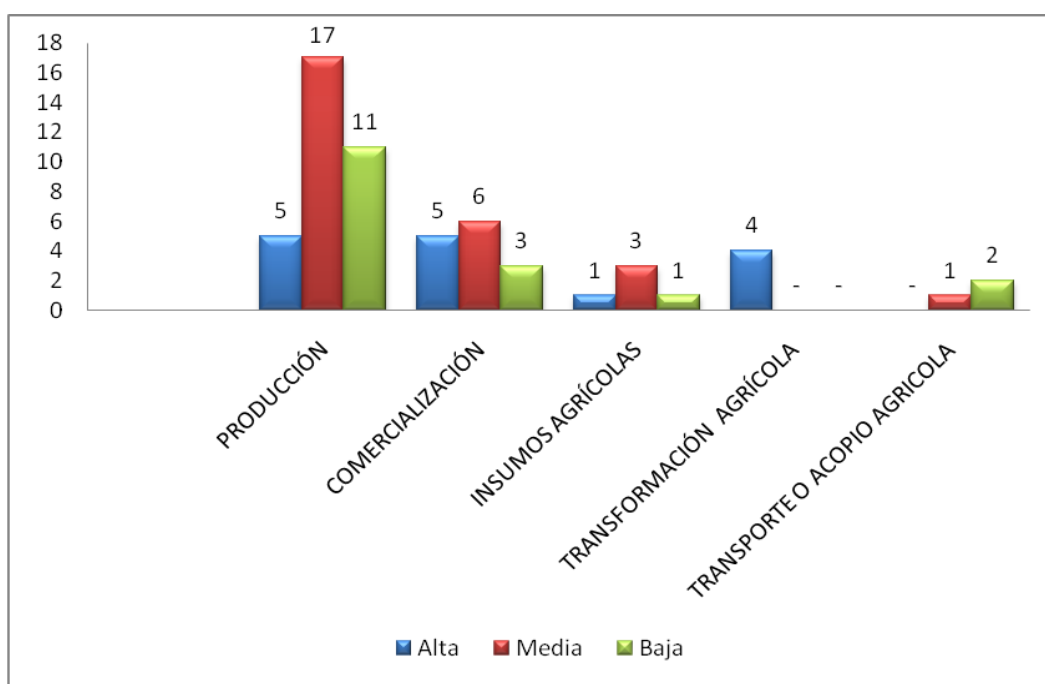


Gráfico N°16 Tabulación del nivel de actividad de los agro-productores encuestados



Interpretación:

De los 59 encuestados, el 25% considera tener una actividad de negocio alta, el 46% media, mientras que el 29% analiza que el negocio tiene una actividad baja. Entonces sabemos que los agro-productores del cantón Rumiñahui desarrollan sus operaciones a un nivel medio generalmente.

Pregunta N° 7

7	¿Qué opinión tiene de sus proveedores de insumos y otros suministros?	a) Buena <input type="checkbox"/> b) Regular <input type="checkbox"/> c) Mala <input type="checkbox"/>
---	---	--

Tabla N°10 Resultado de la pregunta: opinión que tienen de sus proveedores de insumos

¿Qué opinión tiene de sus proveedores de insumos y otros suministros?	Buena	Regular	Mala	Total encuestados
<u>PRODUCCIÓN</u>				
MAÍZ	7	5	2	14
CÁRNICOS	4	5	3	12
LÁCTEOS	2	2	3	7
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>				
MAÍZ	1	1	2	4
CÁRNICOS	2	2	2	6
LÁCTEOS	2	1	1	4
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	3	1	1	5
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>				
MAÍZ		1	1	2
CÁRNICOS		1		1
LÁCTEOS		1		1
<u>TRANSPORTE O ACOPIO AGRICOLA</u>		3		3
TOTAL	21	23	15	59
PORCENTAJE TOTAL	36%	39%	25%	100%

Gráfico N°17 Tabulación de la pregunta: opinión que tienen de sus proveedores de insumos

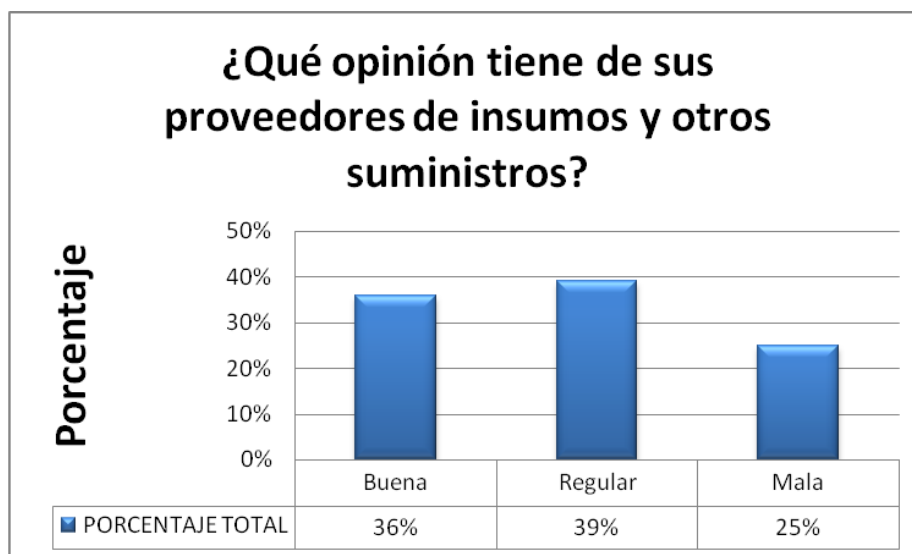
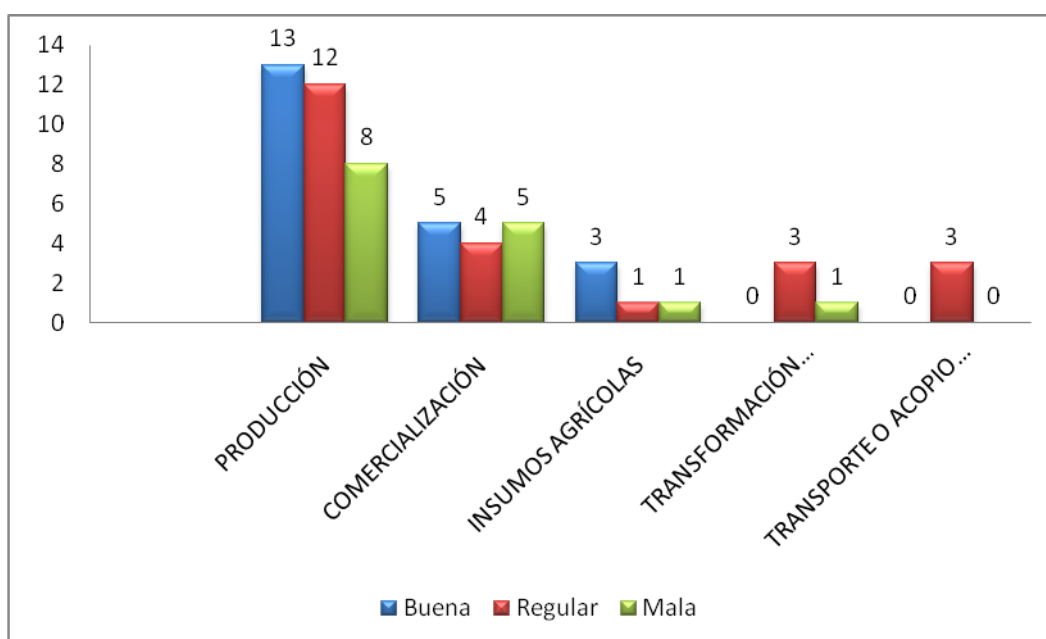


Gráfico N°18 Tabulación de la pregunta: opinión que tienen de sus proveedores de insumos



Interpretación:

El 36% de los visitados tienen una buena opinión de los proveedores de insumos y otros suministros, el 39% tiene un criterio regular y el 25% se refiere negativamente respecto a la provisión de insumos con la que cuenta. Según las respuestas de los entrevistados de opinión regular y mala de sus proveedores, el desconforme se da por razón de precios altos, calidad de productos, tiempos de entrega, insuficiencia o poca variedad de productos, entre otros.

Pregunta N° 8

8	¿Destina algún porcentaje de su presupuesto para invertirlos en algunas las siguientes actividades?	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div> a) Investigación de Mercados <input type="checkbox"/> b) Proyectos del negocio <input type="checkbox"/> c) Publicidad <input type="checkbox"/> d) Transporte de sus productos <input type="checkbox"/> e) Capacitación <input type="checkbox"/> f) Asistencia técnica <input type="checkbox"/> g) Asesoría administrativa <input type="checkbox"/> h) Asesoría financiera <input type="checkbox"/> i) Asesoría legal <input type="checkbox"/> j) Tecnología <input type="checkbox"/> Otros (Especifique)..... </div> <div> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div> </div>
---	---	--

Tabla N°11 Resultado de la pregunta: Destina algún porcentaje de su presupuesto para invertir

¿Destina algún porcentaje de su presupuesto para invertirlos en algunas las siguientes actividades?	Inves tigac ión de Merc ados	Pro yec tos del neg ocio	Pub licid ad	Tra nsp orte de sus pro duct os	Capa citac ión	Asi ste ncia téc nica	Ases oría admi nistra tiva	Ase sorí a finan ciera	As esorí a leg al	Tec nolo gía	O tros	Tota l de las acti vida des refe rida s
<u>PRODUCCIÓN</u>												
MAÍZ	8	4	10	14	5	7	4	4	2	2	1	61
CÁRNICOS	5	4	8	12	4	4	3	3	2	1	0	46
LÁCTEOS	3	1	4	7	3	3	0	1	0	1	0	23
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>												
MAÍZ	1	1	4	4	1	0	2	3	0	0	0	16
CÁRNICOS	2	2	6	6	0	0	0	4	0	0	0	20
LÁCTEOS	2	1	4	4	0	0	1	3	1	0	0	16
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	3	2	5	5	0	2	3	3	2	1	1	27
<u>TRANSFORMACIÓN</u>												
MAÍZ	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	20
CÁRNICOS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
LÁCTEOS	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	10
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRÍCOLA</u>	0	1	1	3	0	3	0	3	1	0	0	12
TOTAL	28	20	46	59	17	23	15	28	12	9	5	262
PORCENTAJE	47%	34%	78%	100%	29%	39%	25%	47%	20%	15%	8%	

Gráfico N° 19 Tabulación de la pregunta: Destina algún porcentaje de su presupuesto para invertir

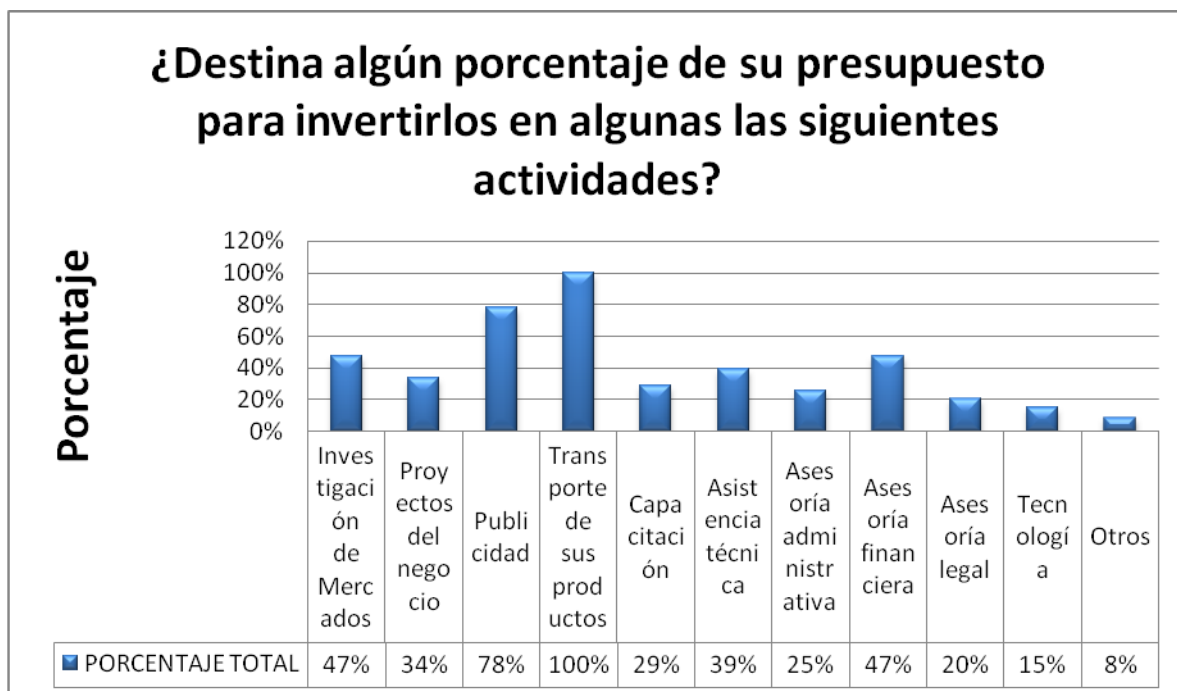
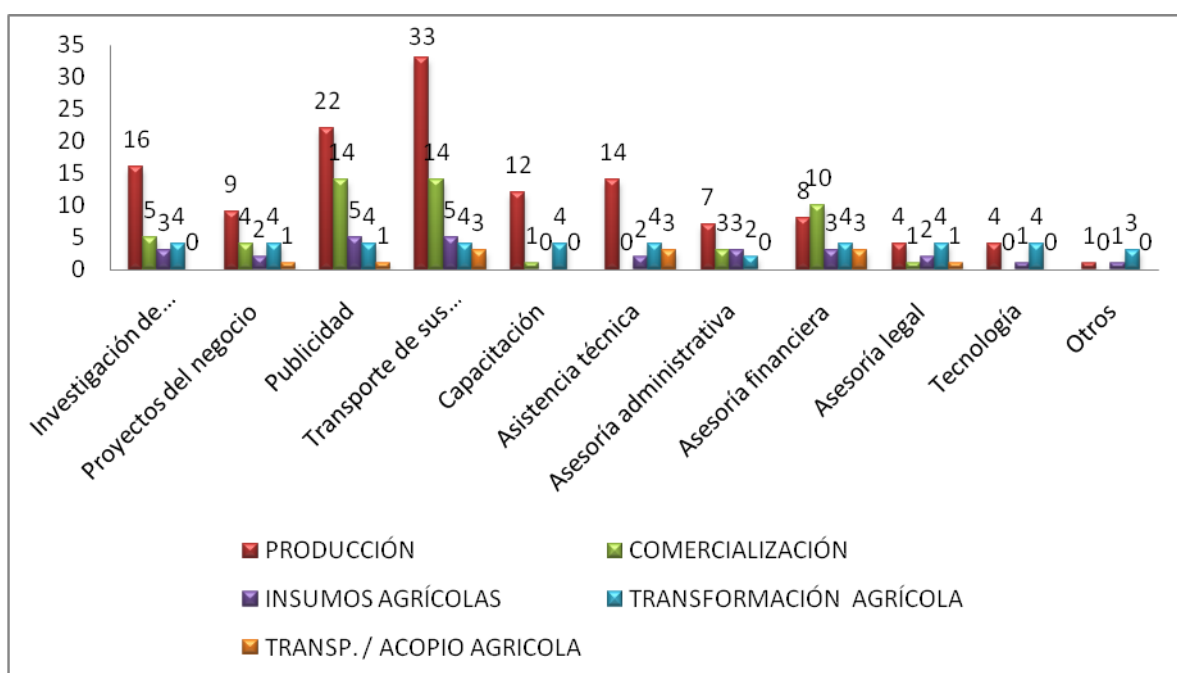


Gráfico N° 20 Tabulación de la pregunta: Destina algún porcentaje de su presupuesto para invertir



Interpretación:

Se destina una parte del presupuesto con que cuentan los agro-productores en transporte de productos principalmente con un 100%, publicidad con 78%, asesoría financiera e investigación de mercados con un 47% para cada uno, 39% en asistencia técnica, 34% proyectos de negocio, 29% capacitación, 25% asesoría administrativa, 20% asesoría legal, 15% tecnología y 8% otros, esto nos indica las actividades de mayor demanda del sector.

Pregunta Nº 9

9	¿Ha realizado algún tipo de alianza?	(1) SI <input type="checkbox"/> (2) NO <input type="checkbox"/>
---	--------------------------------------	--

Tabla Nº12 Resultado de la pregunta: Ha realizado algún tipo de alianza

¿Ha realizado algún tipo de alianza?	SI	NO	Total encuestados
<u>PRODUCCIÓN</u>			
MAÍZ	6	8	14
CÁRNICOS	8	4	12
LÁCTEOS	4	3	7
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>			
MAÍZ	2	2	4
CÁRNICOS	3	3	6
LÁCTEOS	1	3	4
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	2	3	5
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>			
MAÍZ	2	0	2
CÁRNICOS	1	0	1
LÁCTEOS	1	0	1
<u>TRANSPORTE O ACOPIO AGRICOLA</u>	1	2	3
TOTAL	31	28	59
PORCENTAJE TOTAL	53%	47%	100%

Gráfico N°21 Tabulación de la pregunta: Ha realizado algún tipo de alianza

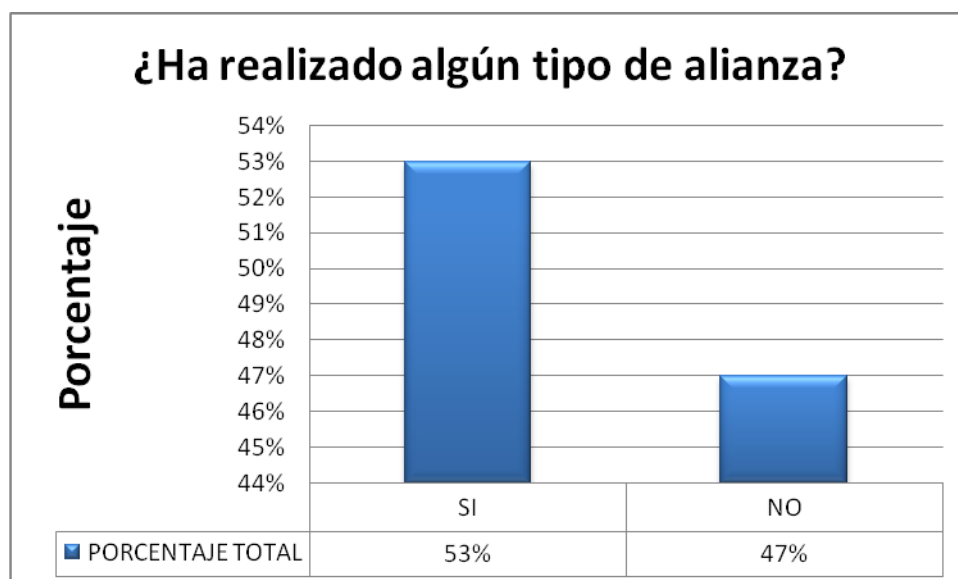
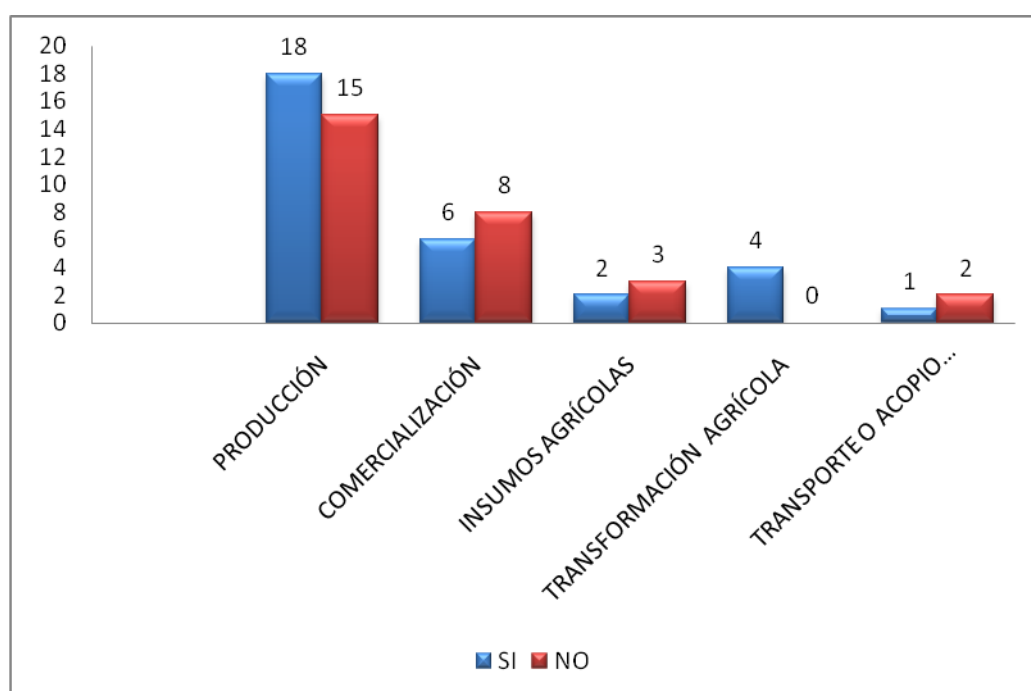


Gráfico N°22 Tabulación de la pregunta: Ha realizado algún tipo de alianza



Interpretación:

El 53%, es decir 31 encuestados han realizado algún tipo de alianza, ya sea transitoria o algo más duradera, mientras que el 47% no ha realizado alianza alguna; entonces la mayoría de agro-productores ha recurrido a una alianza como una opción factible para su negocio.

Pregunta N° 10

10	¿Qué tipo de alianzas ha realizado?	a) Maquila b) Para la distribución c) Para el desarrollo de productos d) Compra de insumos e) Contrato de preventa f) Otras (Especifique).....
----	-------------------------------------	---

Tabla N°13 Resultado de la pregunta: Qué tipo de alianzas ha realizado

¿Qué tipo de alianzas ha realizado?	Maquila	Para la distribución	Para el desarrollo de productos	Compra de insumos	Contrato de preventa	Otras	Total de alianzas
<u>PRODUCCIÓN</u>							
MAÍZ	0	5	0	0	6	0	11
CÁRNICOS	0	7	0	1	8	0	16
LÁCTEOS	0	4	0	0	4	0	8
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>							
MAÍZ	0	0	0	2	1	0	3
CÁRNICOS	0	0	0	2	0	0	2
LÁCTEOS	0	0	0	1	0	0	1
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	0	0	0	1	1	0	2
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>							
MAÍZ	0	1	0	2	2	0	5
CÁRNICOS	0	1	0	1	1	0	3
LÁCTEOS	0	1	0	1	1	0	3
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRÍCOLA</u>	0	0	0	0	1	0	1
TOTAL	0	19	0	11	25	0	55
PORCENTAJE TOTAL	0%	32%	0%	19%	42%	0%	

Gráfico N°23 Tabulación de la pregunta: Qué tipo de alianzas ha realizado

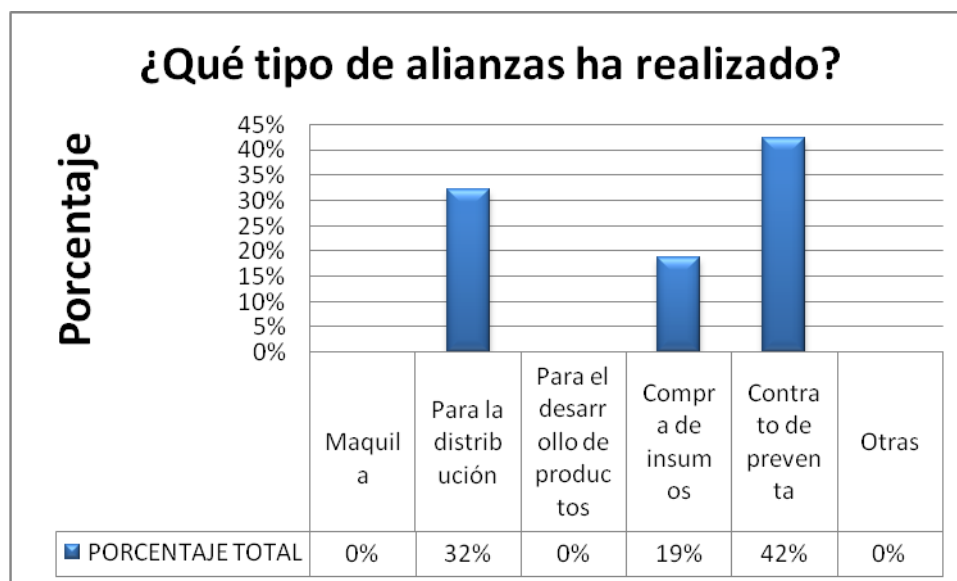
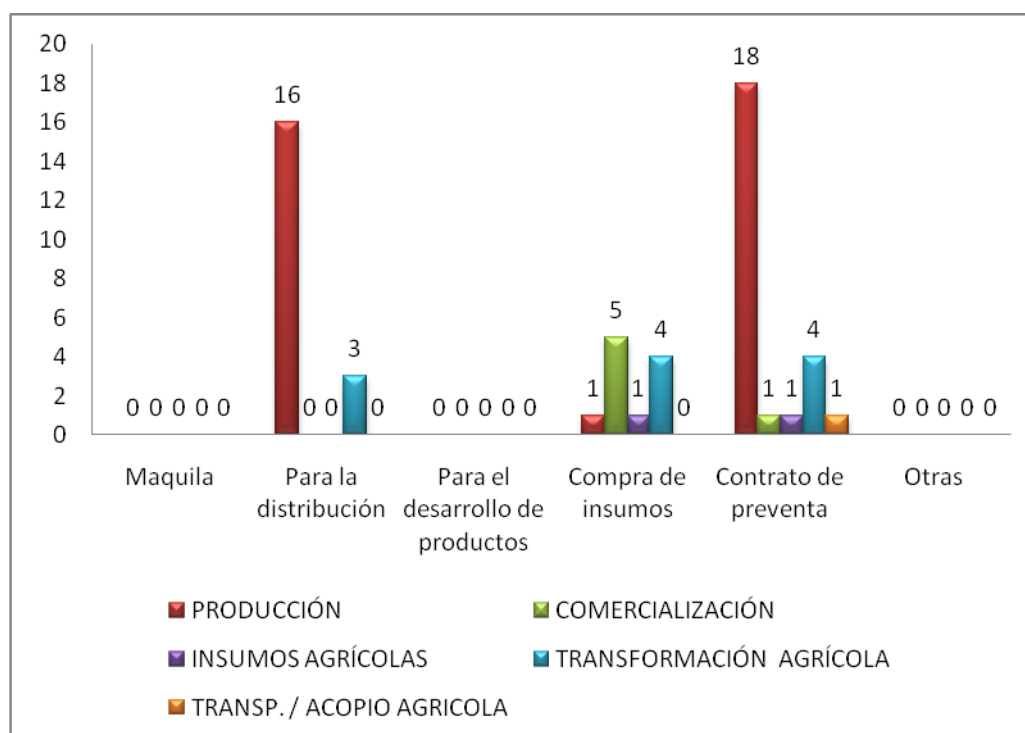


Gráfico N°24 Tabulación de la pregunta: Qué tipo de alianzas ha realizado



Interpretación:

La alianzas realizadas por los agro-productores en maquila, para el desarrollo de productos y otros registran un 0%, alianzas de contrato de preventa con 42%, seguido con un 32% alianzas para la distribución y finalmente alianzas para la

compra de insumos con un 19%. El resultado muestra los tipos de convenios más frecuentes entre agro-productores y corresponden al comercio de productos.

Pregunta N° 11

1	¿Le parece interesante el tema de alianzas entre proveedores, productores, comercializadores y otros relacionados a la agroindustria de su cantón, si las propuestas y proyectos son viables?	(1) SI <input type="checkbox"/>
1		(2) NO <input type="checkbox"/>
	<u>¿Por qué?</u>	
	
	
	
	

Tabla N°14 Resultado de la pregunta: Le parece interesante el tema de alianzas

¿Le parece interesante el tema de alianzas entre proveedores, productores, comercializadores y otros relacionados a la agroindustria de su cantón, si las propuestas y proyectos son viables?	SI	NO	Total encuestados
<u>PRODUCCIÓN</u>			
MAÍZ	10	4	14
CÁRNICOS	9	3	12
LÁCTEOS	5	2	7
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>			
MAÍZ	2	2	4
CÁRNICOS	5	1	6
LÁCTEOS	2	2	4
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	4	1	5
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>			
MAÍZ	1	1	2
CÁRNICOS	1	0	1
LÁCTEOS	1	0	1
<u>TRANSPORTE O ACOPIO AGRICOLA</u>	3	0	3
TOTAL	43	16	59
PORCENTAJE TOTAL	73%	27%	100%

Gráfico N°25 Le parece interesante el tema de alianzas

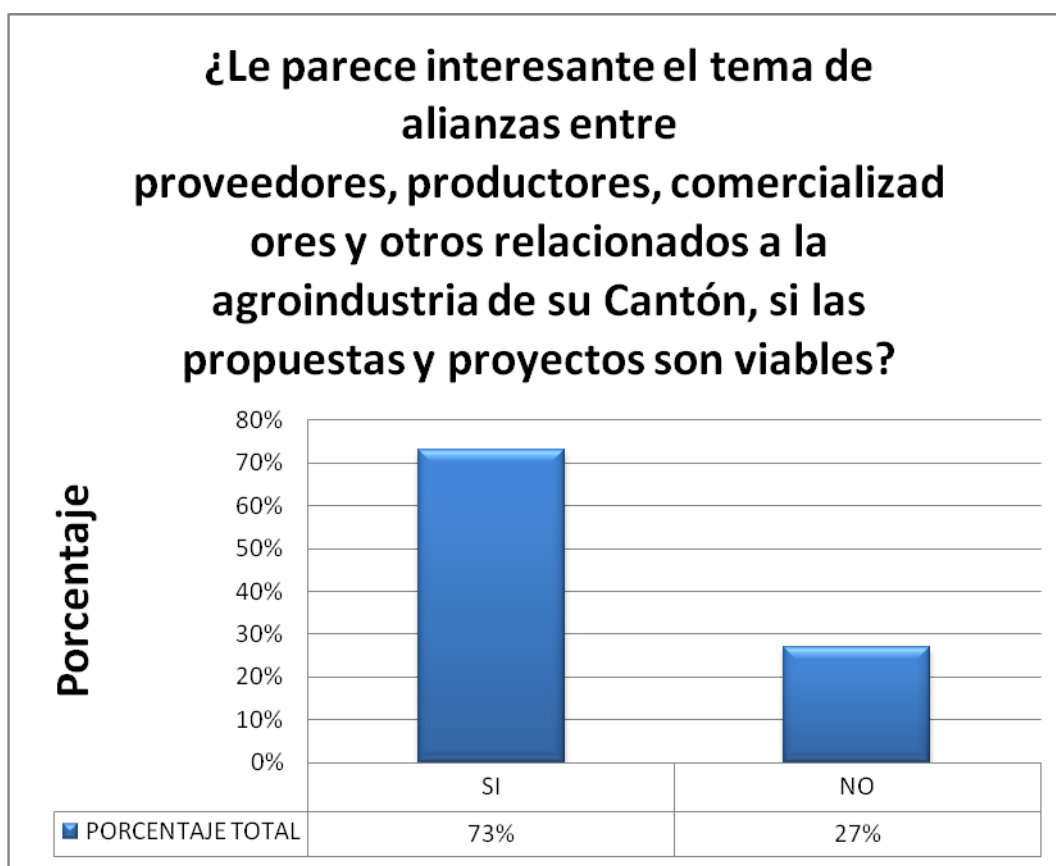
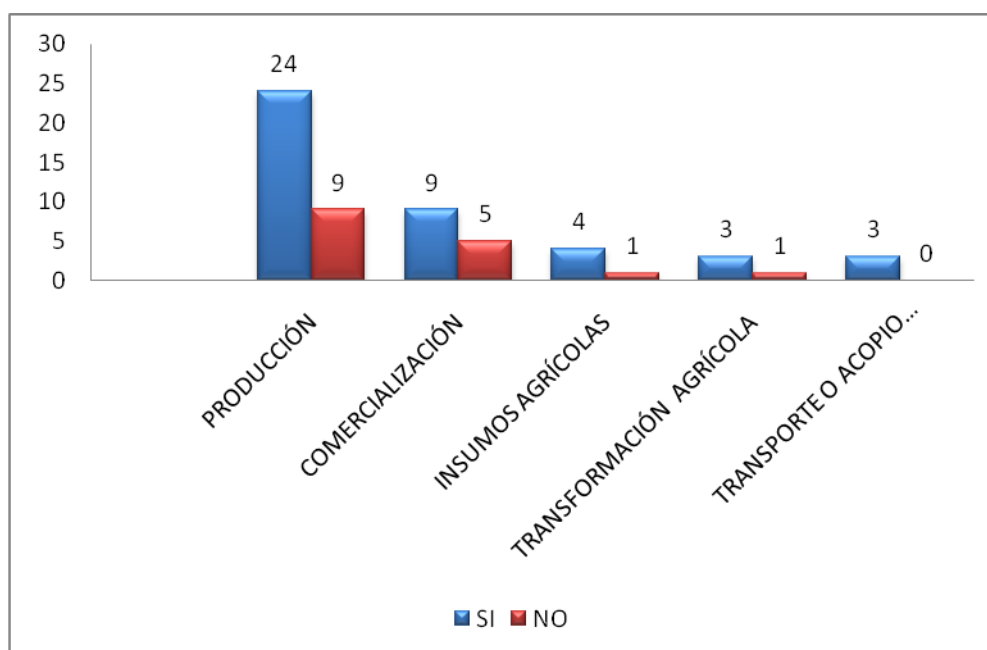


Gráfico N°26 Le parece interesante el tema de alianzas



Interpretación:

Un 73% de los encuestados opinan que si les parece interesante el tema alianzas si las condiciones se muestran favorables, según las entrevistas realizadas las opiniones comunes y en general fueron que un proyecto bien manejado puede dar buenos resultados, otros manifiestan que se puede reforzar el sector de esta manera y hubo quienes consideran que se puede captar mayor participación en el mercado si se refuerza de esta manera la producción; sin embargo un 27% de los encuestados no esta de acuerdo con las alianzas porque indican que les causa problemas en ciertos aspectos y otros creen que es difícil llegar a buenos acuerdos entre las partes.

Pregunta Nº 12

12	Destino de su producto(s):	a) Consumidor final <input type="checkbox"/> b) Para la industria <input type="checkbox"/> c) Intermediario <input type="checkbox"/> d) Centro de acopio <input type="checkbox"/> e) Otro <input type="checkbox"/> (especifique).....
----	----------------------------	--

Tabla Nº15 Resultado de la pregunta: Destino de su producto

Destino de su producto(s):	Consumidor final	Para la industria	Intermediario	Centro de acopio	Otro	Total de destinos
<u>PRODUCCIÓN</u>						
MAÍZ	5	2	5	2	0	14
CÁRNICOS	8	2	2	0	0	12
LÁCTEOS	2	1	4	0	0	7
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>						
MAÍZ	4	0	0	0	0	4
CÁRNICOS	6	0	0	0	0	6
LÁCTEOS	4	0	0	0	0	4
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	5	0	0	0	0	5
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>						
MAÍZ	0	0	2	0	0	2
CÁRNICOS	0	0	1	0	0	1
LÁCTEOS	0	0	1	0	0	1
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRÍCOLA</u>	0	0	3	0	0	3
TOTAL	34	5	18	2	0	59
PORCENTAJE TOTAL	58%	8%	31%	3%	0%	100%

Gráfico N°27 Destino de su producto

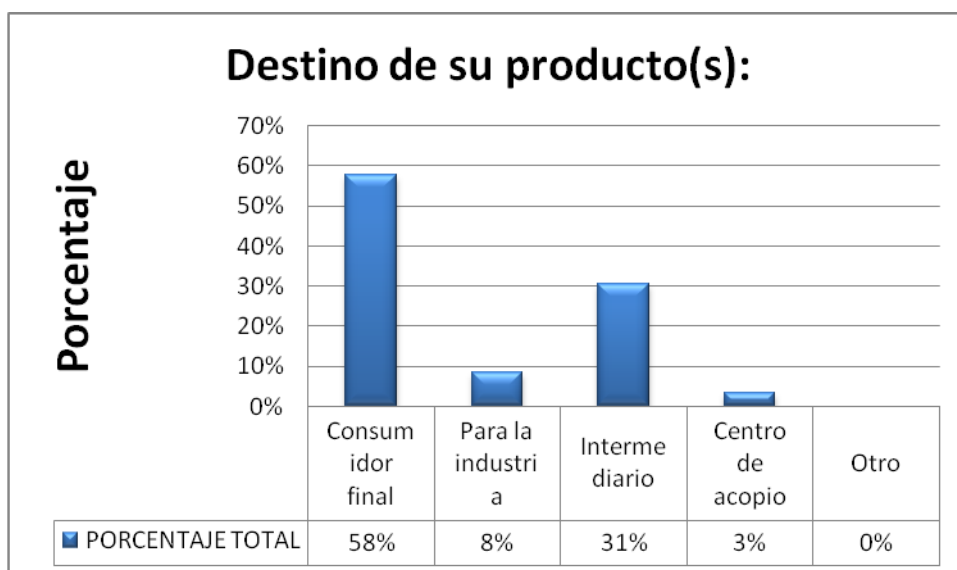
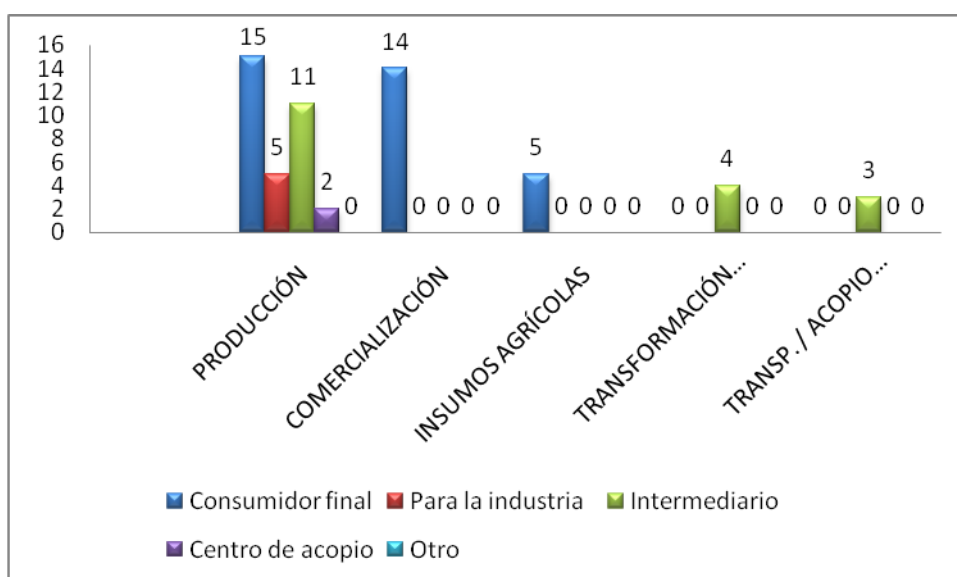


Gráfico N°28 Destino de su producto



Interpretación:

El 58% de los agro-negocios vende sus productos a consumidores finales, el 31% lo vende a intermediarios, el 8% para la industria y el 3% destina sus productos a centros acopio.

Pregunta N° 13

13	Mercados a los que se dirige el producto	a) Local (misma ciudad o localidad) <input type="text"/> b) Provincial <input type="text"/> c) Nacional <input type="text"/> d) Internacional <input type="text"/>
----	--	---

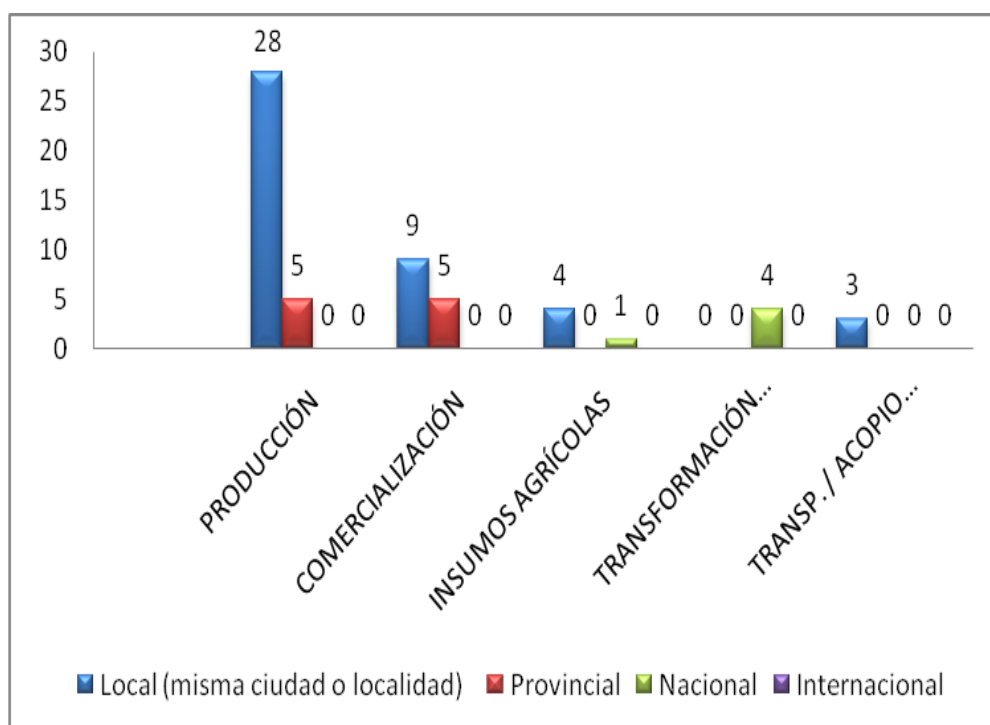
Tabla N°16 Resultado de la pregunta: Mercados a los que se dirige el producto

Mercados a los que se dirige el producto	Local (misma ciudad o localidad)	Provincial	Nacional	Internacional	Totales
<u>PRODUCCIÓN</u>					
MAÍZ	12	2	0	0	14
CÁRNICOS	10	2	0	0	12
LÁCTEOS	6	1	0	0	7
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>					
MAÍZ	3	1	0	0	4
CÁRNICOS	4	2	0	0	6
LÁCTEOS	2	2	0	0	4
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	4	0	1	0	5
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>					
MAÍZ	0	0	2	0	2
CÁRNICOS	0	0	1	0	1
LÁCTEOS	0	0	1	0	1
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRÍCOLA</u>	3	0	0	0	3
TOTAL	44	10	5	0	59
PORCENTAJE TOTAL	75%	17%	8%	0%	100%

Gráfico N°29 Mercados a los que se dirige el producto



Gráfico N°30 Mercados a los que se dirige el producto



Interpretación:

El resultado de esta pregunta indica la capacidad de los agro-negocios en distribución de sus productos. El 75% de encuestados indica que su producción esta dirigida a la misma ciudad y corresponde a pequeños y algunos medianos agro-productores, un 17% de medianos productores dirige su producción a nivel provincial y el 8% de los grandes agro-productores distribuye su producto nacionalmente.

Pregunta N° 14

14	¿Cuál ha sido su tendencia de mercado en los últimos años?	a) Ha aumentado <input type="checkbox"/> b) Ha disminuido <input type="checkbox"/> c) Ha permanecido igual <input type="checkbox"/> d) Se ha diversificado <input type="checkbox"/>
----	--	--

Tabla N°17 Resultado de la pregunta:Cuál ha sido su tendencia de mercado

¿Cuál ha sido su tendencia de mercado en los últimos años?	Ha aumentado	Ha disminuido	Ha permanecido igual	Se ha diversificado	Totales
<u>PRODUCCIÓN</u>					
MAÍZ	9	5	0	0	14
CÁRNICOS	8	2	0	2	12
LÁCTEOS	4	0	0	3	7
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>					
MAÍZ	2	1	0	1	4
CÁRNICOS	5	0	1	0	6
LÁCTEOS	3	0	0	1	4
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	3	1	0	1	5
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>					
MAÍZ	1	0	0	1	2
CÁRNICOS	1	0	0	0	1
LÁCTEOS	1	0	0	0	1
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRICOLA</u>	2	1	0	0	3
TOTAL	39	10	1	9	59
PORCENTAJE TOTAL	66%	17%	2%	15%	100%

Gráfico N°31 Cuál ha sido su tendencia de mercado

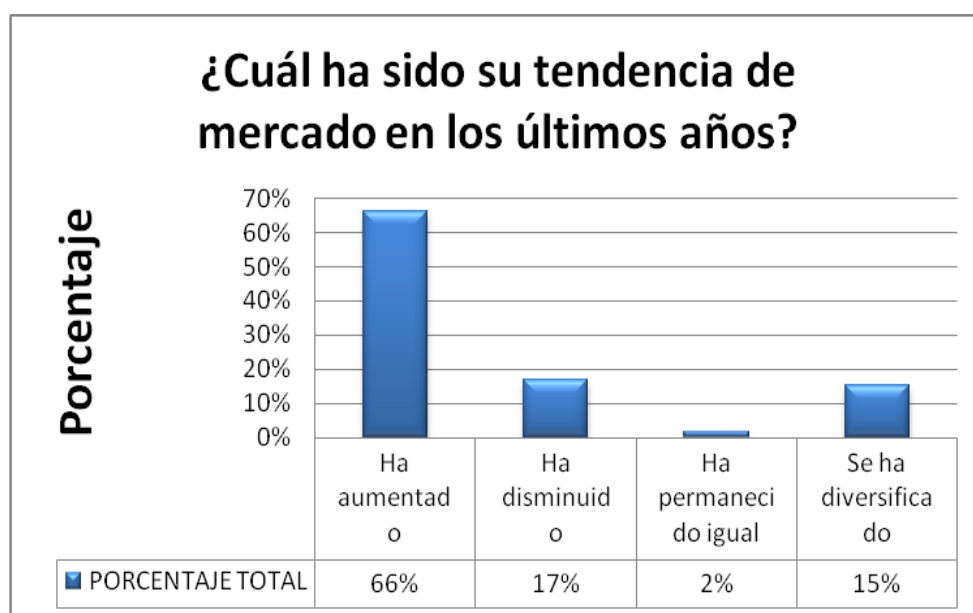
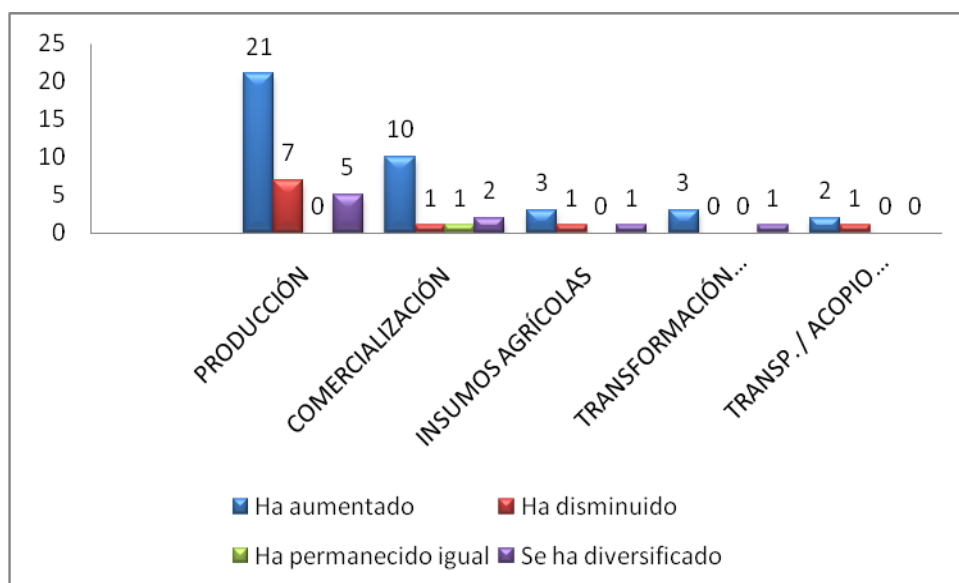


Gráfico N°32 Cuál ha sido su tendencia de mercado



Interpretación:

La derivación de esta pregunta muestra el comportamiento de mercado que ha experimentado el sector agro-productivo; el 66% de entrevistados ha visto un incremento de su mercado, el 17% de encuestados ha notado una tendencia de baja, un 2% considera que no ha habido una variación significativa y el 15% ha observado una diversificación del mercado al que dirige sus productos.

Pregunta N° 15

15	¿A qué tipos de servicios tiene acceso sus instalaciones de trabajo?	a) agua <input type="checkbox"/> luz <input type="checkbox"/> teléfono <input type="checkbox"/> riego <input type="checkbox"/> internet <input type="checkbox"/> b) Información <input type="checkbox"/> c) Capacitación <input type="checkbox"/> d) Crédito <input type="checkbox"/> e) Asistencia técnica <input type="checkbox"/> f) Asistencia administrativa y financiera <input type="checkbox"/> g) Otros (ESPECIFIQUE)
----	--	--

Tabla N°18 Resultado de la pregunta: A qué tipos de servicios tiene acceso

¿A qué tipos de servicios tiene acceso sus instalaciones de trabajo?	Agua	Luz	Teléfono	Riego	Internet	Información	Capacitación	Crédito	Asistencia técnica	Asistencia administrativa y financiera	Otros	Total acceso a servicios
<u>PRODUCCIÓN</u>												
MAÍZ	14	14	10	2	6	10	5	10	5	3	0	79
CÁRNICOS	12	12	10	0	5	7	3	9	3	3	0	64
LÁCTEOS	7	7	6	0	3	5	2	4	2	1	0	37
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>												
MAÍZ	4	4	4	0	3	3	1	3	0	1	0	23
CÁRNICOS	6	6	6	0	3	4	2	5	0	1	0	33
LÁCTEOS	4	4	4	0	2	3	2	3	0	1	0	23
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	5	5	5	0	4	5	0	3	0	1	0	28
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>												
MAÍZ	2	2	2	0	2	2	1	2	2	2	0	17
CÁRNICOS	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	9
LÁCTEOS	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	9
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRÍCOLA</u>	3	3	3	0	2	3	0	3	3	1	0	21
TOTAL	59	59	52	2	32	44	18	44	17	16	0	343
PORCENTAJE TOTAL	100 %	100 %	88 %	3 %	54 %	75 %	31 %	75 %	29 %	27 %	0 %	

Gráfico N°33 A qué tipos de servicios tiene acceso

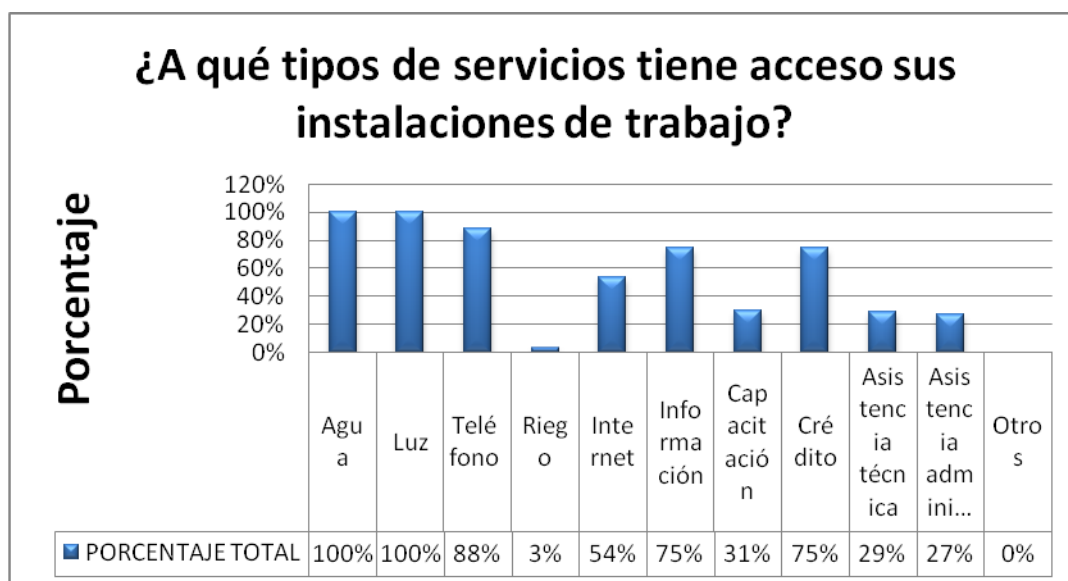
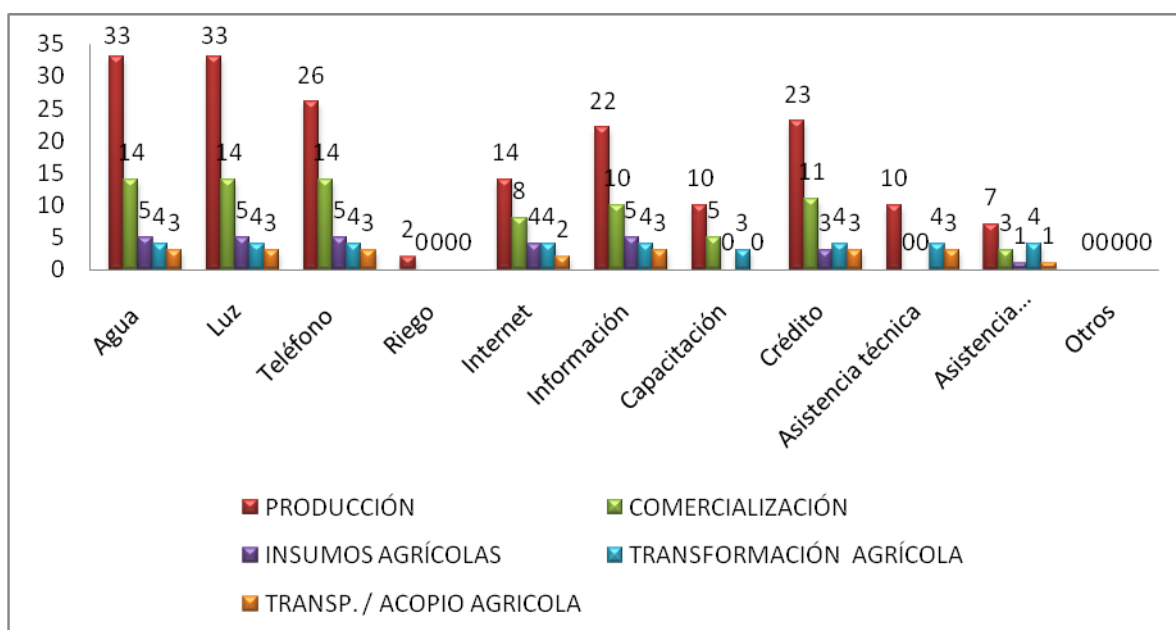


Gráfico N°34 A qué tipos de servicios tiene acceso



Interpretación:

Los servicios principales a los que tienen acceso los negocios agro-productivos del cantón Rumiñahui, corresponden a los básicos agua y luz y con un 100%, teléfono con un 88%, el 75% de los corresponde a servicios crediticios y de información, con un 54% el servicio de internet, un 31% servicios de capacitación, asistencia técnica 29%, asistencia administrativa y financiera con el 27% y 3% riego.

Pregunta N° 16

16	Financiamiento	a) Necesita crédito y no lo ha conseguido. <input type="checkbox"/> b) No necesita crédito. <input type="checkbox"/> c) Necesitaba crédito y ya lo consiguió. <input type="checkbox"/>
----	----------------	--

Tabla N°19 Resultado de la pregunta: Financiamiento

Financiamiento	Necesita crédito y no lo ha conseguido.	No necesita crédito.	Necesitaba crédito y ya lo consiguió.	Totales
<u>PRODUCCIÓN</u>				
MAÍZ	3	2	9	14
CÁRNICOS	3	2	7	12
LÁCTEOS	2	1	4	7
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>				
MAÍZ	1	1	2	4
CÁRNICOS	1	1	4	6
LÁCTEOS	0	1	3	4
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	1	0	4	5
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>				
MAÍZ	0	0	2	2
CÁRNICOS	0	0	1	1
LÁCTEOS	0	0	1	1
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRÍCOLA</u>	1	0	2	3
TOTAL	12	8	39	59
PORCENTAJE TOTAL	20%	14%	66%	100%

Gráfico N°35 Financiamiento

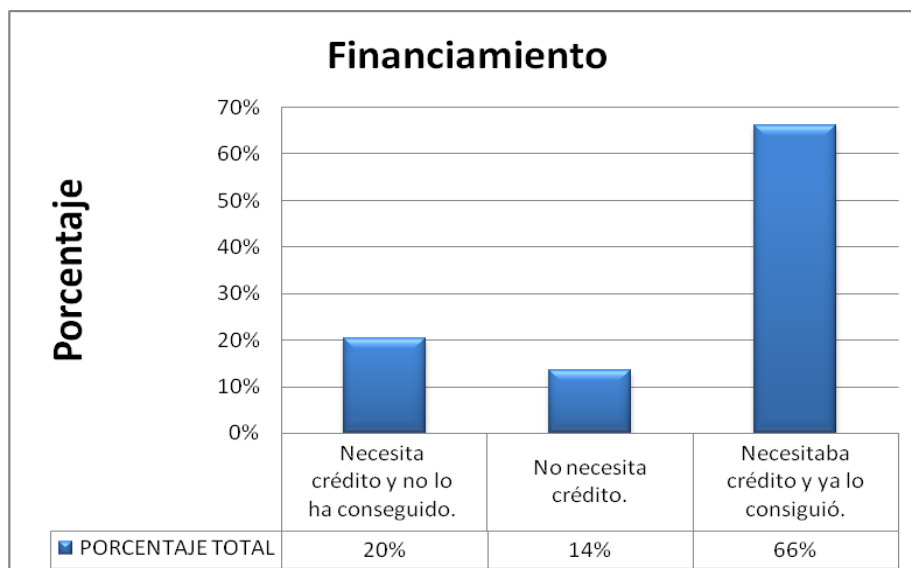
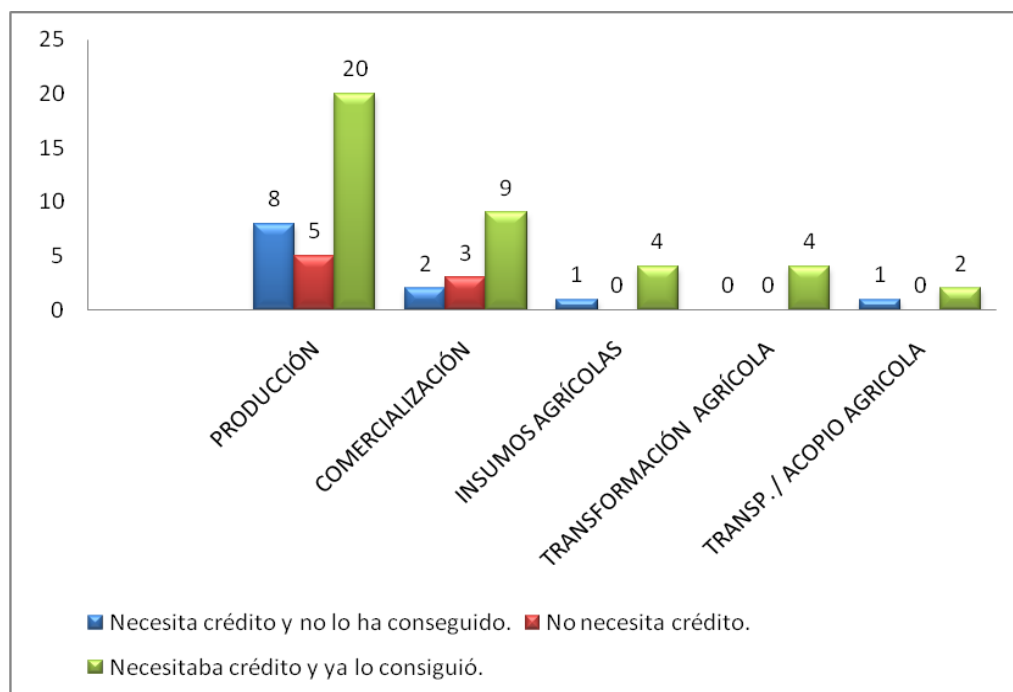


Gráfico N°36 Financiamiento



Interpretación:

El 66% de encuestados indica que precisaba un crédito y lo pudo obtener, un 20% manifiesta que no ha conseguido un crédito, mientras que un 14% sustenta su actividad con financiamiento propio y expresa que no necesita financiamiento. En las entrevistas realizadas se conoció que para los pequeños productores conseguir un crédito en los bancos es muy dificultoso por los requerimientos y condiciones de estas instituciones financieras; por ello recurren obtenerlos en cooperativas de crédito por presentarse mayor facilidad y otros optan por no realizar ningún tipo de financiamiento para obviar trámites en los bancos e intereses por los créditos.

Pregunta N° 17

17	¿Si ha obtenido crédito, donde lo consiguió?	a) Banco <input type="checkbox"/> b) Cooperativa de ahorro y crédito <input type="checkbox"/> c) Otro <input type="checkbox"/>
----	--	--

Tabla N°20 Resultado de la pregunta: Si ha obtenido crédito, donde lo consiguió

¿Si ha obtenido crédito, donde lo consiguió?	Banco	Cooperativa de ahorro y crédito	Otro	Totales
<u>PRODUCCIÓN</u>				
MAÍZ	1	8	0	9
CÁRNICOS	2	5	0	7
LÁCTEOS	1	3	0	4
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>				
MAÍZ	1	1	0	2
CÁRNICOS	2	2	0	4
LÁCTEOS	1	2	0	3
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	1	3	0	4
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>				
MAÍZ	0	2	0	2
CÁRNICOS	0	1	0	1
LÁCTEOS	0	1	0	1
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRICOLA</u>	0	2	0	2
TOTAL	9	30	0	39
PORCENTAJE TOTAL	23%	77%	0%	100%

Gráfico N°37 Si ha obtenido crédito, donde lo consiguió

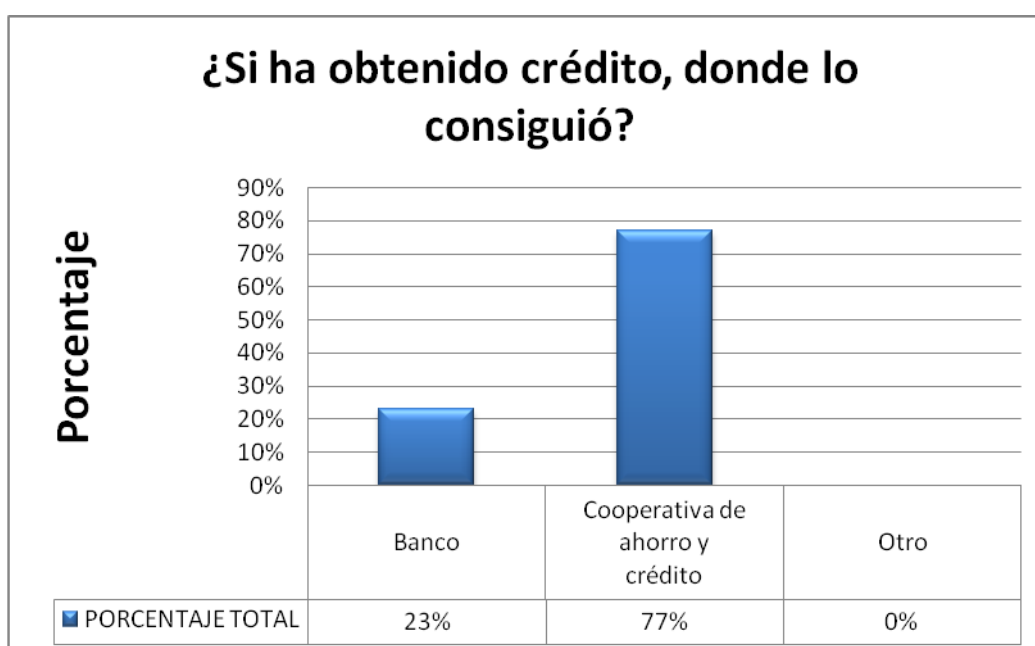
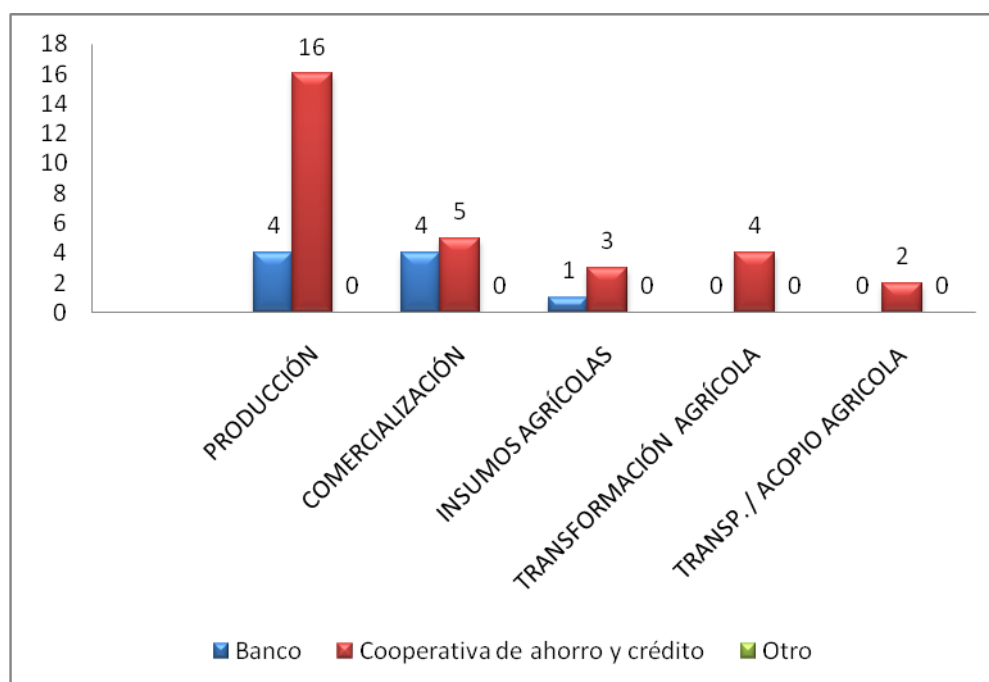


Gráfico N°38 Si ha obtenido crédito, donde lo consiguió



Interpretación:

El 77% de agro-productores del cantón Rumiñahui han obtenido crédito en cooperativas de ahorro y crédito, por la facilidades que se brindan, además por el gran numero de cooperativas crediticias identificadas en el cantón, tan solo el 23% lo ha obtenido en bancos.

3.9 Análisis FODA.

El Foda es un análisis de carácter estratégico que pretende establecer los puntos fuertes o fortalezas, las debilidades, oportunidades y las amenazas de una organización. Se compone por lo tanto de un análisis interno de variables controlables (las debilidades y fortalezas que son internas de las organización y por lo tanto se puede actuar sobre ellas con mayor facilidad), y de un análisis externo de las variables no controlables (las oportunidades y amenazas las que presenta el contexto y la mayor acción que podemos tomar con respecto a ellas es preverlas y actuar a nuestra conveniencia).

Con la aplicación de encuestas y entrevistas realizadas a los agro-negocios del cantón Rumiñahui se pudo obtener información primaria, complementada con la consideración de fuentes secundarias para realización del siguiente Foda:

3.9.1 Estructura de análisis FODA para las cadenas agro-productivas del cantón.

Tabla 21 Matriz FODA

	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
PARTE INTERNA	FORTALEZAS (I) Insumos (II) Producción (III) Post-producción (IV) Transporte (V) Transformación (VI) Comercialización	DEBILIDADES (I) Insumos (II) Producción (III) Post-producción (IV) Transporte (VII) Transformación (V) Comercialización
PARTE EXTERNA	OPORTUNIDADES (I) Producción (II) Comercialización	AMENAZAS (I) Producción (II) Comercialización

Análisis FODA

Tabla 22 Fortalezas:

FORTALEZAS	
(I) PRODUCCIÓN	Clima frío y lluvias ocasionales, lo que es propicio en el cultivo de maíz y favorable en el crecimiento de pasto para la alimentación de animales. Extensos terrenos aptos para los cultivos de maíz, crianza de animales y producción de leche. Se cuenta con todos servicios básicos Se cuenta con servicios crediticios para financiar la actividad productiva Tierra fértil. Inocuidad de productos
(II) POST-PRODUCCIÓN	Aceptables telecomunicaciones. Rápido envío de productos
(III) TRANSPORTE	Aceptable infraestructura de calles y carreteras.
(IV) TRANSFORMACIÓN	Alta capacidad productiva de los eslabones agro-industriales que están en el parque industrial del cantón Rumiñahui. Cercanía de agro-industrias
(V) COMERCIALIZACIÓN	Proximidad a los mercados. Alianzas entre algunos productores con comercializadores. Buena aceptación de productos.

Tabla 23 Debilidades:

DEBILIDADES	
(I) PRODUCCIÓN.	Escaso nivel de organización.
	Costos de producción altos.
	Mediana capacidad productiva de los eslabones productivos
	Falta de información, capacitación, asistencia técnica y otros servicios complementarios.
	Servicios regulares y poco satisfactorios que reciben los agro-productores.
	No ofrecen valor agregado.
	Escaso uso de tecnología
(II) POST-PRODUCCIÓN	Insuficiencia de laboratorios fitosanitarios.
(III) TRANSPORTE	Altos costos de transporte en el abastecimiento de insumos y comercialización de productos
(IV) TRANSFORMACIÓN	Inexistencia de acuerdos con los productores.
	Los productos recibidos por la agro-industria no tiene la calidad adecuada que reduzcan los costos de procesamiento.
(V) COMERCIALIZACIÓN	Bajo poder de negociación.
	Carencia de instrumentos adecuados de investigación de mercado y gestión de apoyo al proceso de comercialización en el mercado meta.

Tabla 24 Amenazas:

AMENAZAS	
(I) PRODUCCIÓN	Deterioro ambiental
	Fenómenos naturales
	Falta de fomento a la innovación tecnológica
	Emigración
	Aumento del costo del terreno
(II) COMERCIALIZACIÓN	Negociación inadecuada de acuerdos comerciales internacionales.
	Falta de políticas de estado para el incentivo comercial.

Tabla 25 Oportunidades:

OPORTUNIDADES	
(I) PRODUCCIÓN	Iniciativas de los gobiernos locales
	Disponibilidad de insumos
	Predisposición de negociar por parte de las agro-industrias con productores
(II) COMERCIALIZACIÓN	Creciente demanda
	Existencia de mercado nacional e internacional para los agro-productos de las cadenas productivas de cárnicos, lácteos y maíz

3.9.2 Tabla 26 Matriz defensiva.

<div> <div>Debilidades</div> <div>Amenazas</div> </div>	Esca so nivel de orga nizac ión.	Cost os de prod ucci ón altos .	Mediana capacida d producti va de los eslabon es producti vos	Falta de informació n, capacitaci ón, asistencia técnica y otros servicios compleme ntarios.	Servicio s regular es y poco satisfact orios que reciben los agro- product ores.	No ofre cen valor agregado .	Escaso uso de tecnología	Insufi ciencia de labor atorios fitosanita rios.	Altos costos de transporte en el abastecimi ento de insumos y comercializ ación de productos	Inexist encia de acuerdos con los produ ctores	Los productos recibidos por la agro- industria no tiene la calidad adecuada que reduzcan los costos de procesamiento	Bajo poder de negociación.	Carencia de instrumentos adecuados de investigación de mercado y gestión de apoyo al proceso de comercializac ión en el mercado meta
Deterioro ambiental	0	0	0	0	0	0	1	9	0	0	0	0	0
Fenómenos naturales	0	9	9	3	0	0	1	0	0	0	9	0	0
Falta de fomento a la innovación tecnológica	3	9	9	1	0	9	9	3	0	1	9	0	3
Emigración	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aumento del costo del terreno	0	9	9	0	0	1	1	0	0	1	3	0	0
Negociación inadecuada de acuerdos comerciales internacionales.	0	9	9	1	0	1	1	0	0	9	1	3	1
Falta de políticas de estado para el incentivo comercial.	9	9	9	3	3	9	1	1	9	9	3	3	3
TOTALES	13	45	48	8	3	20	14	13	9	20	25	6	7

3.9.3 Tabla 27 Matriz ofensiva.

Oportunidades Fortalezas	Iniciativas de los gobiernos locales	Disponibilidad de insumos	Predisposición de negociar por parte de las agro-industrias con productores	Creciente demanda	Existencia de mercado nacional e internacional para los agro-productos de las cadenas productivas de cárnicos, lácteos y maíz
Clima frío y lluvias ocasionales, lo que es propicio en el cultivo de maíz y favorable en el crecimiento de pasto para la alimentación de animales.	9	3	3	0	0
Extensos terrenos aptos para los cultivos de maíz, crianza de animales y producción de leche.	9	9	3	9	9
Se cuenta con todos servicios básicos	0	0	3	0	0
Se cuenta con servicios crediticios para financiar la actividad productiva	0	9	9	9	9
Tierra fértil.	9	9	9	9	9
Inocuidad de productos	9	3	9	9	9
Aceptables telecomunicaciones.	0	9	9	3	3
Rápido envío de productos	0	3	9	9	9
Aceptable infraestructura de calles y carreteras.	3	9	9	9	9
Alta capacidad productiva de los eslabones agro-industriales que están en el parque industrial del cantón Rumiñahui.	3	9	9	9	9
Cercanía de agro-industrias	3	9	9	3	3
Proximidad a los mercados.	3	3	9	9	9
Alianzas entre algunos productores con comercializadores.	9	0	9	3	3
Buena aceptación de productos.	3	0	9	9	9
TOTALES	60	75	108	90	90

Establecido el FODA para la cadenas productivas, se elaboró las matrices defensiva y ofensiva:

En primer lugar la matriz defensiva permite ponderar o establecer los puntos críticos o de mayor riesgo, para poder darle un valor cuantitativo a los criterios. Se califica cada uno de los criterios con un número del 1 al 10, donde 1 será el de menos crítico y 10 el mayor; Entonces ya realizada la calificación se puede apreciar claramente los valores totales de mayor puntaje y su vez de mayor riesgo (**Ver Tabla N° 26**), la

priorización de estos elementos son claves para el desarrollo de la estrategias de la empresa propuesta, con los cuales se deberá trabajar puntualmente. Como se aprecia, la matriz defensiva o de riesgo se obtiene de combinar las debilidades y las amenazas.

En segundo lugar la matriz ofensiva es lo que tradicionalmente se denomina el establecimiento de las ventajas comparativas y surge de combinar las oportunidades y las fortalezas, para obtener una priorización de ellas, al igual que en la anterior matriz defensiva, se califica cada uno de los criterios con un número del 1 al 10, donde 1 será el menos crítico y 10 el mayor. Entonces luego de calificación y la totalización podemos identificar las ventajas que presentan las cadenas productivas según lo que muestra la matriz ofensiva **(Ver Tabla N° 27)**. Con esta calificación surge una priorización de las ventajas comparativas, que serán los elementos de mayor oportunidad para las estrategias de la empresa propuesta.¹⁴

3.10 Enfoque de la propuesta.

El desarrollo organizacional comunitario es indispensable e importante para el progreso social; como se ha analizado el sector de la agro-producción aporta altamente al producto interno bruto del país, pero también la investigación de fuentes primarias y secundarias, evidencia que es un área que necesita de mucho apoyo para su desarrollo. Para esto se requiere de un esfuerzo planificado desde un nivel al mando, encargado de gestionar el trabajo de las comunidades para mejorar la calidad de vida de los participantes.

Es por ello que el proyecto plantea la creación de una empresa, formada especialmente para apoyar y dar servicio en temas de asistencia técnica agro-productiva, servicios de consultorías en las áreas: financiera, de marketing, administrativa y de proyectos para este sector, así de esta forma, se conseguirá introducir principalmente diseños de gestión administrativa y financiera en los negocios participantes; Además mediante la formalización de acuerdos de cooperación entre los diferentes eslabones se buscará reforzar las cadenas productivas. Esto nos lleva a que dentro de la conformación de cadenas productivas,

¹⁴ Estrategias Para El Financiamiento De Cadenas Productivas; Proyecto Red Productiva De Usaid En El Ecuador, Pág. 43

se plantea además, la formación de grupos de productores o familias para que trabajen en cooperación mediante acuerdos formales y generen ingresos para lograr mayores oportunidades de mercado y de esto alcanzar un desarrollo conjunto.

Pero para iniciar este proceso es preciso enmarcarnos en las características organizacionales básicas de una empresa, que lleve a cabo acciones de planificación, organización, dirección, gestión administrativa, gestión financiera, control y evaluación, etc.; en función de los eslabones de las cadenas productivas seleccionadas para proporcionar servicios oportunos y efectivos para el impulso y el desarrollo de las cadenas productivas identificadas.

Antes de la creación de la empresa que el presente proyecto propone, se inicia con un estudio de factibilidad, que como primer punto tiene el estudio de mercado (desarrollado a continuación), que será uno de los aspectos que ayudará a tomar la decisión de si es o no factible la creación de la empresa que el proyecto propone.

CAPÍTULO 4.

ESTUDIO DE MERCADO.

4.1 Estudio de mercado para la empresa propuesta.

“Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la demanda y oferta pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos casos siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias”.¹⁵

Una investigación de mercados es un método para recopilar, analizar e informar los hallazgos relacionados con una situación específica en el mercado.

Objetivos.

- ✓ Determinar el segmento de mercado
- ✓ Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado
- ✓ Determinar la cantidad de servicios que demande el mercado y estaría dispuesto a adquirir a determinados precios
- ✓ Determinar el grado de aceptación de los servicios propuestos

4.2 Segmentación del mercado.

El segmento de mercado está constituido por los agro-negocios que conforman las cadenas productivas de cárnicos, lácteos, choclo y maíz del cantón Rumiñahui, divididas en los siguientes eslabones:

- Eslabón de proveedores de insumos para la producción.
- Eslabón de producción.
- Eslabón de acopio.
- Eslabón transformación o procesamiento.
- Eslabón de comercialización.
- Eslabón consumo de productos.

¹⁵ Gabriel Baca Urbina; Evaluación de proyectos, 2006; Pág. 7 y 8

4.3 Identificación de la población y selección de la de la muestra.

En la determinación de la población a ser analizada, se identificaron las principales cadenas productivas con las que cuenta el cantón Rumiñahui; estas son:

- Cadena productiva de Cárnicos
- Cadena productiva de Lácteos
- Cadena productiva de choclo y maíz

Fórmula para determinar la muestra a encuestar para el estudio de mercado:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * N + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = El tamaño de la muestra.

N = El tamaño del universo. (En los capítulos II y III de este proyecto se determinó la existencia de 104 agro-negocios del cantón en análisis.)

z = nivel de confianza deseado. Para el proyecto se tomó el 95%, que representa en la tabla de la curva normal 1,96.

p = Proporción estimada de éxito (0.90).

q = Proporción estimada de fracaso (0.10).

e = El error de estimación, que para el proyecto se consideró el 5%

Los valores de **p** y **q**, se obtuvieron de la prueba piloto efectuada en el capítulo III, a 20 agro-productores del área; con un 90% a favor y 10% en contra la pregunta fue:

¿Estaría de acuerdo en participar en una propuesta de conformación de cadenas agro-productivas, con el apoyo de una empresa que preste servicios a esta red de la agro-producción?	SI	NO
Agro-productores del cantón Rumiñahui.	18	2
PORCENTAJE TOTAL	90%	10%

Aplicación de la formula:

$$n = \frac{(1,96^2) * 104 * 0,9 * 0,1}{((0,05^2)*(104)) + ((1,96^2)*(0,9)*(0,1))}$$

$$n = 59,36$$

$$n = 59 \text{ agro-negocios.}$$

4.4 Diseño de los instrumentos para recuperación de datos.

Para adquirir la información primaria para el estudio de mercado y además el análisis situacional se diseñó un formato de encuestas (Ver anexo N° 2) para los eslabones identificados de la cadena agro-productiva de cárnicos, lácteos, choclo y para los siguientes eslabones:

- Eslabón de proveedores de insumos para la producción.
- Eslabón de producción.
- Eslabón de acopio.
- Eslabón transformación o procesamiento.
- Eslabón de comercialización.
- Eslabón consumo de productos.

También se utilizó fichas nemotécnicas para obtener información secundaria referente al estudio de mercado.

4.5 Realización de encuestas, de acuerdo al objetivo del proyecto.

Para el presente estudio de mercado se basa en la obtención de información primaria mediante la aplicación de encuestas y con ello el análisis del comportamiento de la oferta y demanda de nuestro mercado referente al uso de los servicios que la empresa ofrecerá, para los eslabones de las cadenas productivas de cárnicos, lácteos, choclo y maíz, exclusivamente del cantón Rumiñahui.

Objetivo del estudio de mercado

Los objetivos del estudio de mercado son:

- Poseer una noción clara de los servicios que demandan los eslabones de las cadenas productivas mencionadas.
- Indicar si las características de los servicios ofrecidos por la empresa corresponden a los que desea el usuario.

- Determinar el tipo oferta de servicio que requiere nuestros usuarios para de esta forma orientar las operaciones de la empresa.
- Obtener información acerca del precio apropiado para ofrecer nuestros servicios.

4.6 Procesamiento y análisis de resultados.

De las encuestas practicadas a los agro-productores del cantón Rumiñahui desde la pregunta N° 18 corresponde al estudio de mercado.

Pregunta N° 18

18	¿Le satisface los servicios que contrata para su negocio?	(1) SI <input type="checkbox"/> (2) NO <input type="checkbox"/> <u>¿Por qué?:</u>
----	---	--

Tabla N°28 Resultado de la pregunta: Le satisface los servicios que contrata para su negocio

¿Le satisface los servicios que contrata para su negocio?	SI	NO	Total encuestados
<u>PRODUCCIÓN</u>			
MAÍZ	3	11	14
CÁRNICOS	2	10	12
LÁCTEOS	1	6	7
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>			
MAÍZ	1	3	4
CÁRNICOS	2	4	6
LÁCTEOS	1	3	4
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	2	3	5
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>			
MAÍZ	1	1	2
CÁRNICOS	1	0	1
LÁCTEOS	1	0	1
<u>TRANSPORTE O ACOPIO AGRICOLA</u>	2	1	3
TOTAL	17	42	59
PORCENTAJE TOTAL	29%	71%	100%

Gráfico N°39 Le satisface los servicios que contrata para su negocio

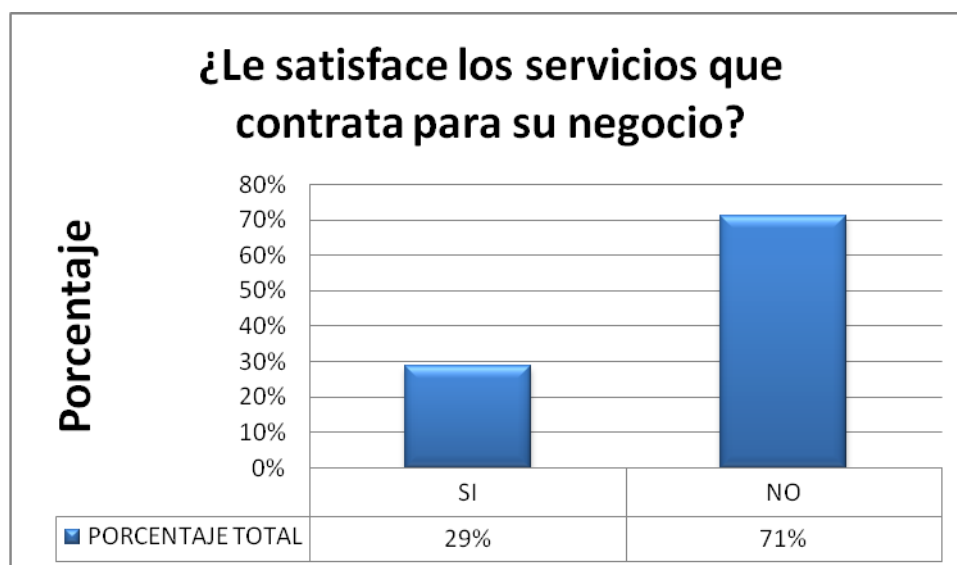
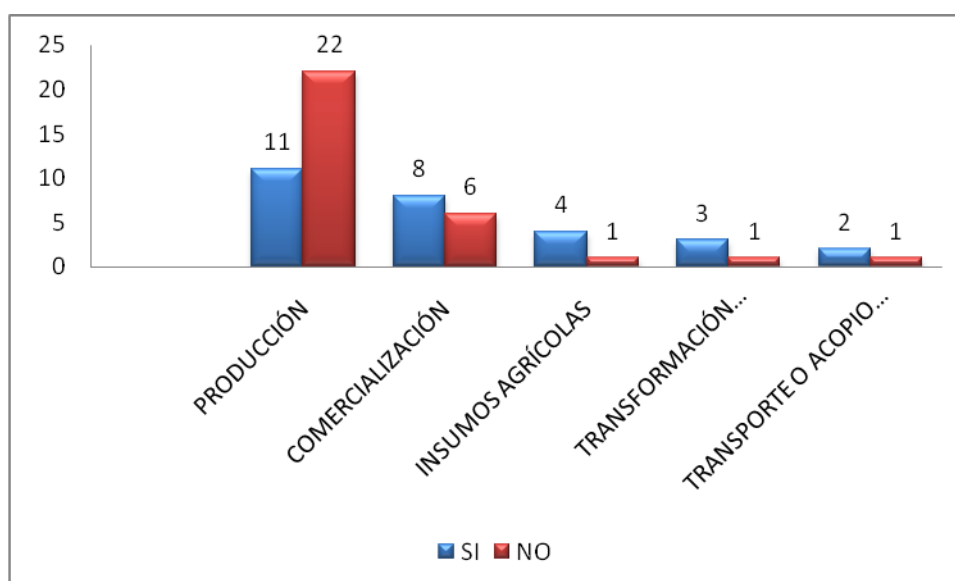


Gráfico N°40 Le satisface los servicios que contrata para su negocio



Interpretación:

El resultado de esta pregunta originó que el 71% de agro-productores encuestados exprese que no le satisface los servicios que recibe, por otro lado el 29% se encuentra conforme con los servicios obtenidos. Mas de la mitad de entrevistados demandan mejores servicios que cubran las necesidades del negocio, lo que nos indica que existe un considerable número de agro-negocios alrededor del cantón Rumiñahui con los cuales se puede trabajar.

Pregunta N° 19

19	Tipo de servicios en los que encuentra mayores falencias	a) Información <input type="checkbox"/> b) Capacitación <input type="checkbox"/> c) Crédito <input type="checkbox"/> d) Asistencia técnica <input type="checkbox"/> e) Asistencia legal <input type="checkbox"/> f) Otros <input type="checkbox"/> (ESPECIFIQUE).....
----	--	--

Tabla N°29 Resultado de la pregunta: Tipo de servicios en los que encuentra mayores falencias

Tipo de servicios en los que encuentra mayores falencias	Información	Capacitación	Crédito	Asistencia técnica	Asistencia legal	Otros (Servicios contables)	Total de destinos
<u>PRODUCCIÓN</u>							
MAÍZ	6	8	4	5	1	3	27
CÁRNICOS	6	6	3	7	3	2	27
LÁCTEOS	3	3	3	4	0	2	15
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>							
MAÍZ	2	2	1	0	1	2	8
CÁRNICOS	3	1	2	0	0	4	10
LÁCTEOS	1	3	1	1	0	3	9
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	1	2	1	0	2	3	9
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>							
MAÍZ	1	1	0	0	0	0	2
CÁRNICOS	0	0	0	0	0	0	0
LÁCTEOS	0	1	0	0	0	0	1
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRÍCOLA</u>	1	0	1	1	0	1	4
TOTAL	24	27	16	18	7	20	112
PORCENTAJE TOTAL	41%	46%	27%	31%	12%	34%	

Gráfico N°41 Tipo de servicios en los que encuentra mayores falencias

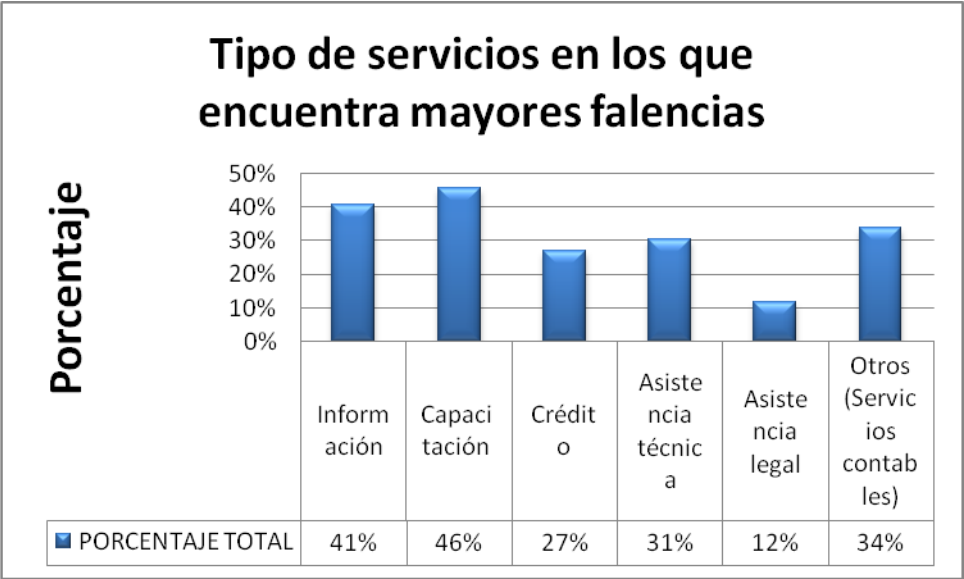
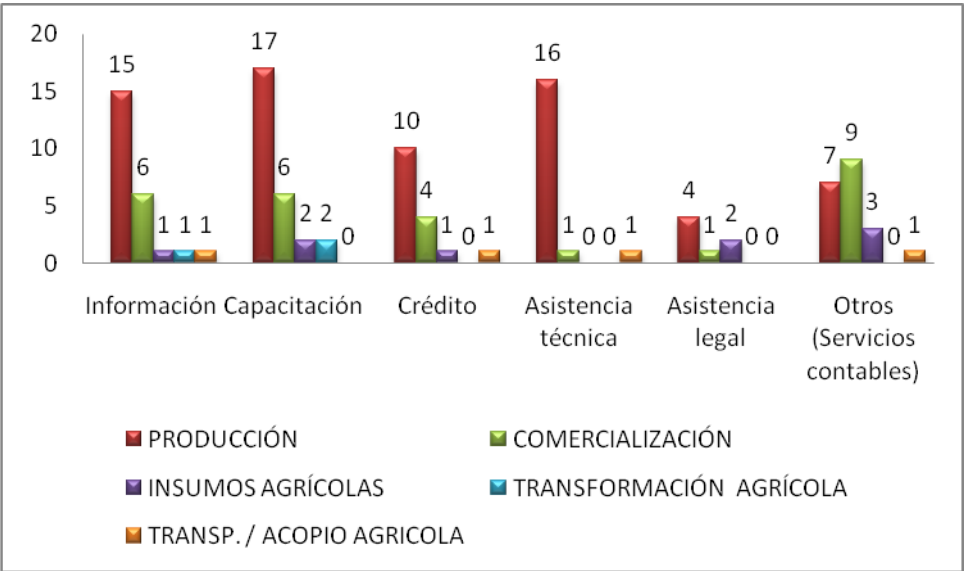


Gráfico N°42 Tipo de servicios en los que encuentra mayores falencias



Interpretación:

El servicios en los que los agro-productores encuentran mayores falencias tiene que ver con la capacitación con el 46%, con 41% los servicios de información que requieren para sus actividad de negocio, con un 34% asesoría contable, el 31% en asistencia técnica, 27% en servicios crediticios y 12% en asistencia legal. El resultado de esta pregunta permite identificar los servicios en los cuales se debe trabajar para buscar soluciones que satisfagan al sector agro-productivo del cantón.

Pregunta N° 20

20	Tipo de información que requiere y que se le dificulta conseguir	a) Leyes, reglamentos, etc. <input type="checkbox"/> b) Mercados (precios, ofertas y demandas) <input type="checkbox"/> c) Proveedores <input type="checkbox"/> d) Financiamiento y crédito <input type="checkbox"/> e) Estadísticas sobre el comportamiento del sector <input type="checkbox"/> f) Eventos de capacitación <input type="checkbox"/> g) Nuevas tecnologías <input type="checkbox"/> h) Otros <input type="checkbox"/> (ESPECIFIQUE).....
----	--	---

Tabla N°30 Resultado de la pregunta: Tipo de información que requiere

Tipo de información que requiere y que se le dificulta conseguir	Leyes, reglamentos, etc.	Mercados (precios, ofertas y demandas)	Proveedores	Financiamiento y crédito	Estadísticas sobre el comportamiento del sector	Eventos de capacitación	Nuevas tecnologías	Otros	Total información que requiere
<u>PRODUCCIÓN</u>									
MAÍZ	8	11	3	3	10	6	10	0	51
CÁRNICOS	9	7	6	3	8	6	7	0	46
LÁCTEOS	3	5	2	2	5	3	6	0	26
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>									
MAÍZ	3	3	4	1	3	1	0	0	15
CÁRNICOS	4	4	5	1	5	1	1	0	21
LÁCTEOS	2	4	4	0	2	3	1	0	16
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	3	5	3	1	3	2	1	0	18
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>									
MAÍZ	0	1	2	0	1	1	1	0	6
CÁRNICOS	0	0	1	0	0	0	0	0	1
LÁCTEOS	0	0	1	0	0	1	0	0	2
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRÍCOLA</u>	3	1	1	1	1	0	1	0	8
TOTAL	35	41	32	12	38	24	28	0	210
PORCENTAJE TOTAL	59%	69%	54%	20%	64%	41%	47%	0%	

Gráfico N°43 Tipo de información que requiere

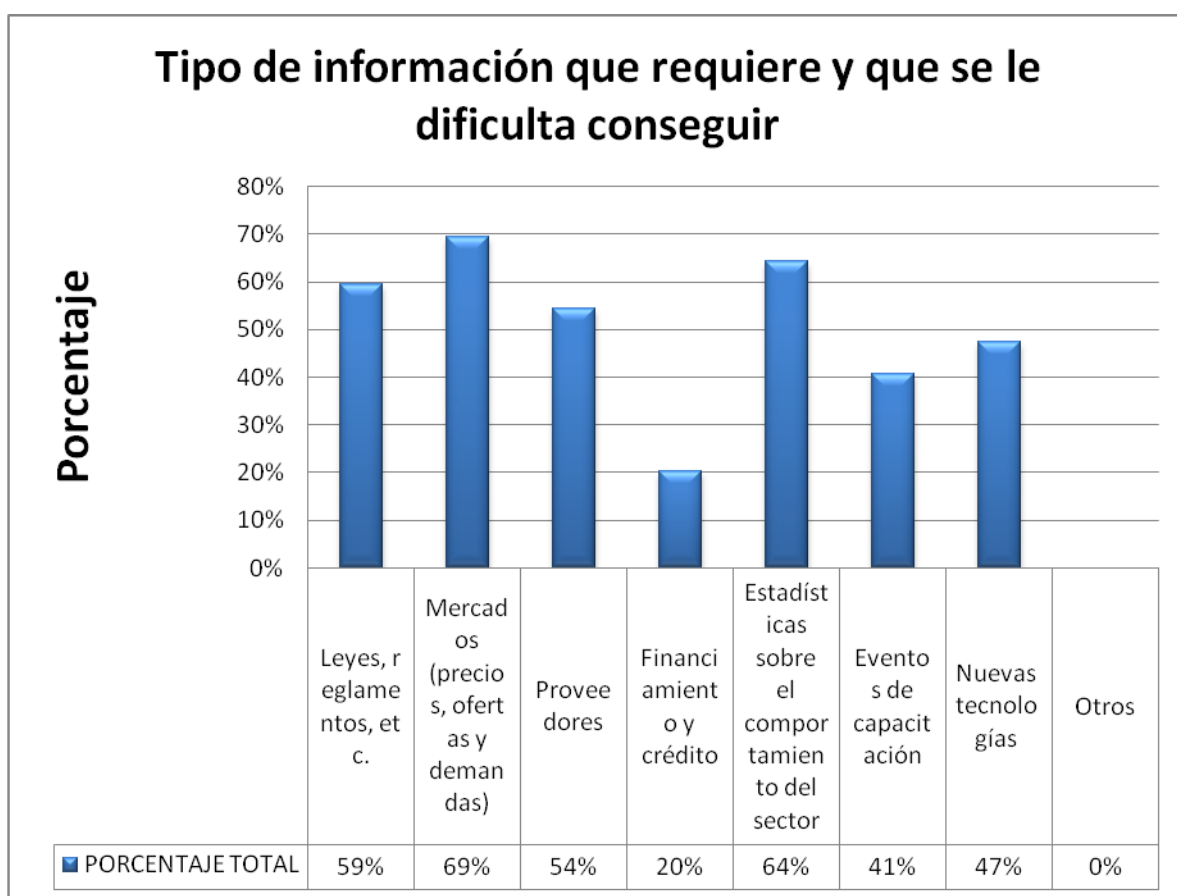
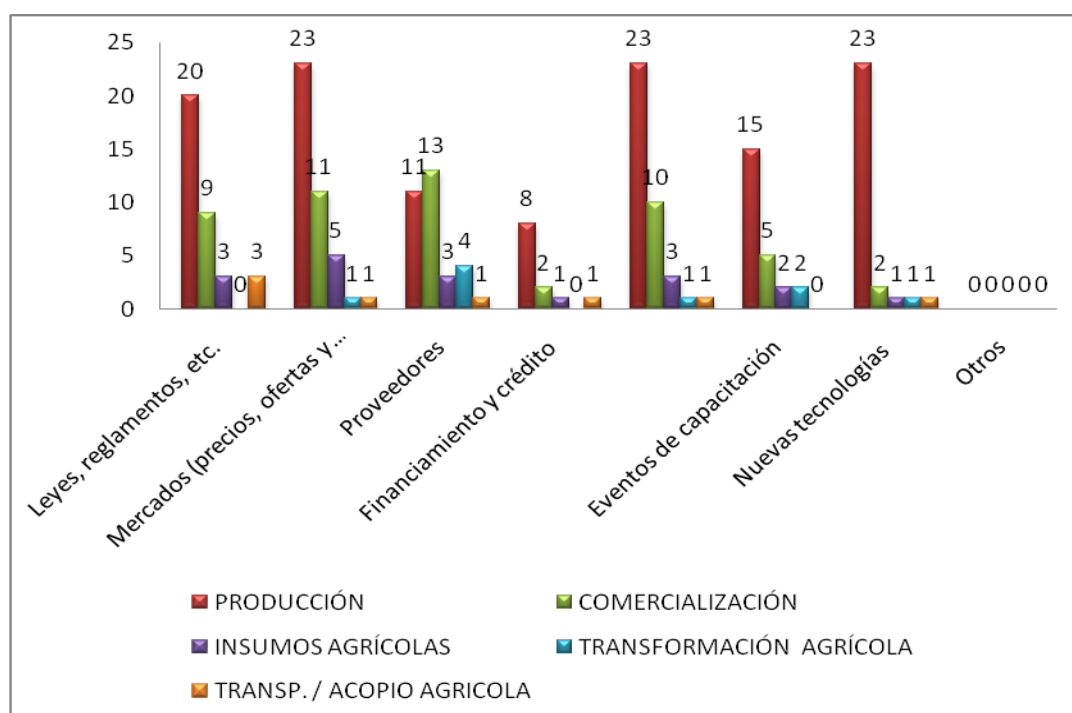


Gráfico N°44 Tipo de información que requiere



Interpretación:

Entre la información que demanda el sector y se le dificulta conseguir está con el mayor porcentaje la información sobre mercados con un 69%, Estadísticas sobre el comportamiento del sector con el 64%, con el 59% información de leyes reglamentos, etc., 54% información sobre proveedores, 47% datos sobre nuevas tecnologías, 41% eventos de capacitación, y 20% sobre entidades financieras que ofrecen facilidades de crédito. La derivación de esta pregunta proporciona una guía, para enfatizar en los tipos de información que la empresa propuesta pueda proporcionar a los agro-productores.

Pregunta N° 21

21	¿En qué áreas o temas considera requiere capacitación su negocio?	a) Gestión (Administración, contabilidad, manejo de R.R. H.H.) <input type="text"/> b) Planeación de aspectos del negocio <input type="text"/> c) Desarrollo de planes de negocio <input type="text"/> d) Tecnologías específicas para el negocio <input type="text"/> e) Sistemas de calidad <input type="text"/> f) Normativas g) Otro <input type="text"/> (ESPECIFIQUE) <input type="text"/>
----	---	--

Tabla N°31 Resultado de la pregunta: En qué áreas o temas considera requiere capacitación

¿En qué áreas o temas considera requiere capacitación su negocio?	Gestión (Administración, contabilidad, manejo de R.R. H.H.)	Planeación de aspectos del negocio	Desarrollo de planes de negocio	Tecnologías específicas para el negocio	Sistemas de calidad	Normativas	Otro	Total temas que requiere capacitación
<u>PRODUCCIÓN</u>								
MAÍZ	6	3	7	3	3	7	0	29
CÁRNICOS	7	4	6	3	6	7	0	33
LÁCTEOS	3	2	2	5	5	3	0	20
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>								
MAÍZ	2	3	4	1	3	4	0	17
CÁRNICOS	4	3	5	1	6	3	0	22
LÁCTEOS	2	4	5	0	2	2	0	15
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>								
	2	2	3	1	1	2	0	11

TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA								
MAÍZ	1	1	1	1	1	0	0	5
CÁRNICOS	0	0	0	0	0	0	0	0
LÁCTEOS	0	0	0	0	0	0	0	0
TRANSP. / ACOPIO AGRÍCOLA								
	3	3	3	1	0	3	0	13
TOTAL	30	25	36	16	27	31	0	165
PORCENTAJE TOTAL	51%	42%	61%	27%	46%	53%	0%	

Gráfico N°45 En qué áreas o temas considera requiere capacitación

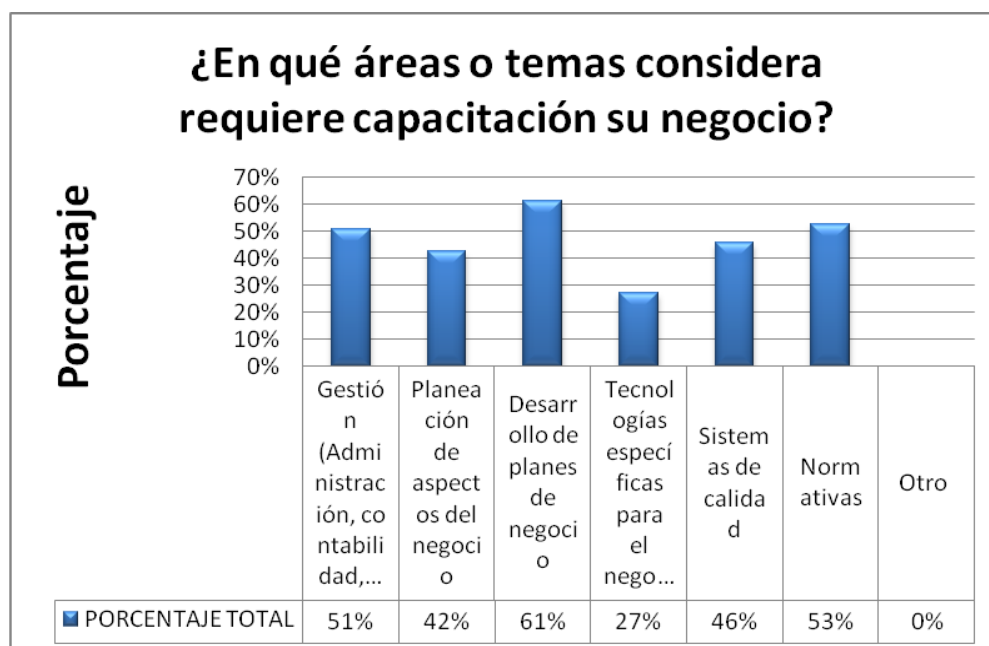
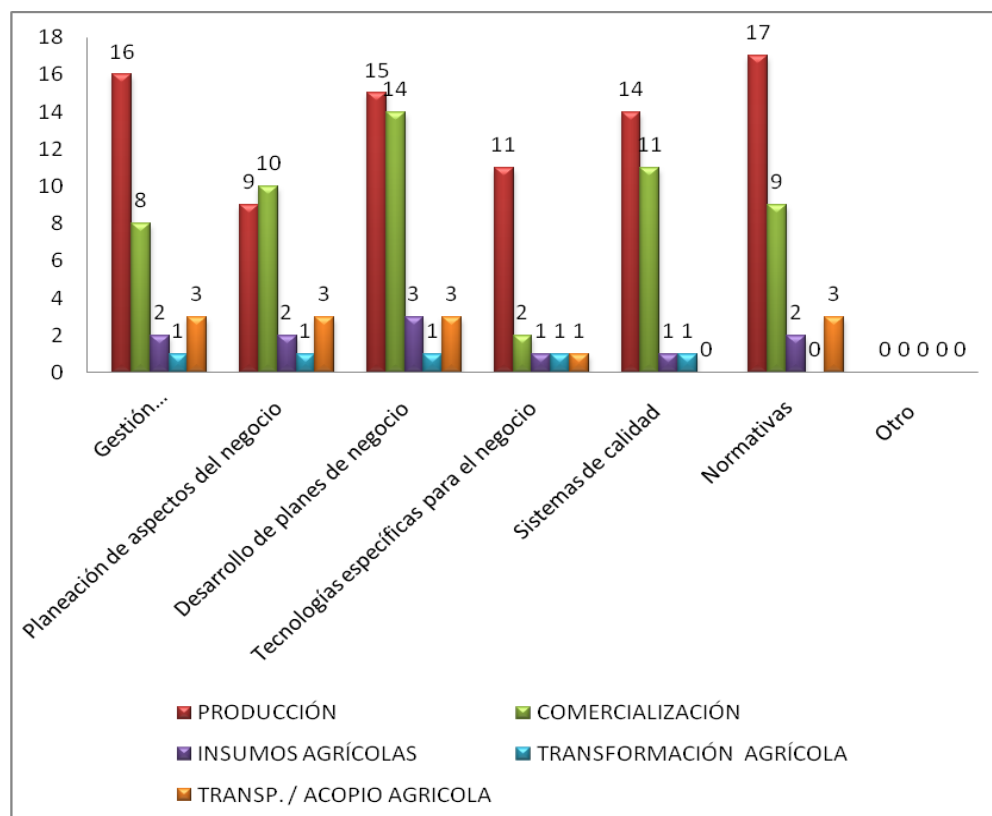


Gráfico N°46 En qué áreas o temas considera requiere capacitación



Interpretación:

El desarrollo de planes de negocio con el 61% es un tema de mayor demanda de capacitación para los agro-productores, seguido por la capacitación en normativas con un 53%, con un 51% gestión del negocio, 46% para sistemas de calidad, con el 42% en la planeación de aspectos del negocio y el 27% tecnologías específicas para el negocio.

Pregunta N° 22

22	¿Le parece interesante la propuesta de una empresa que se preocupe por su desarrollo y el de su negocio?	(1) SI	<input type="checkbox"/>
		(2) NO	<input type="checkbox"/>
		<u>¿Por qué?:</u>	
		

Tabla N°32 Resultado de la pregunta: Le parece interesante la propuesta de una empresa que se preocupe por su desarrollo

¿Le parece interesante la propuesta de una empresa que se preocupe por su desarrollo y el de su negocio?	SI	NO	Total encuestados
<u>PRODUCCIÓN</u>			
MAÍZ	11	3	14
CÁRNICOS	8	4	12
LÁCTEOS	5	2	7
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>			
MAÍZ	3	1	4
CÁRNICOS	4	2	6
LÁCTEOS	3	1	4
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	4	1	5
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>			
MAÍZ	1	1	2
CÁRNICOS	1	0	1
LÁCTEOS	1	0	1
<u>TRANSPORTE O ACOPIO AGRICOLA</u>	2	1	3
TOTAL	43	16	59
PORCENTAJE TOTAL	73%	27%	100%

Gráfico N°47 Le parece interesante la propuesta de una empresa que se preocupe por su desarrollo

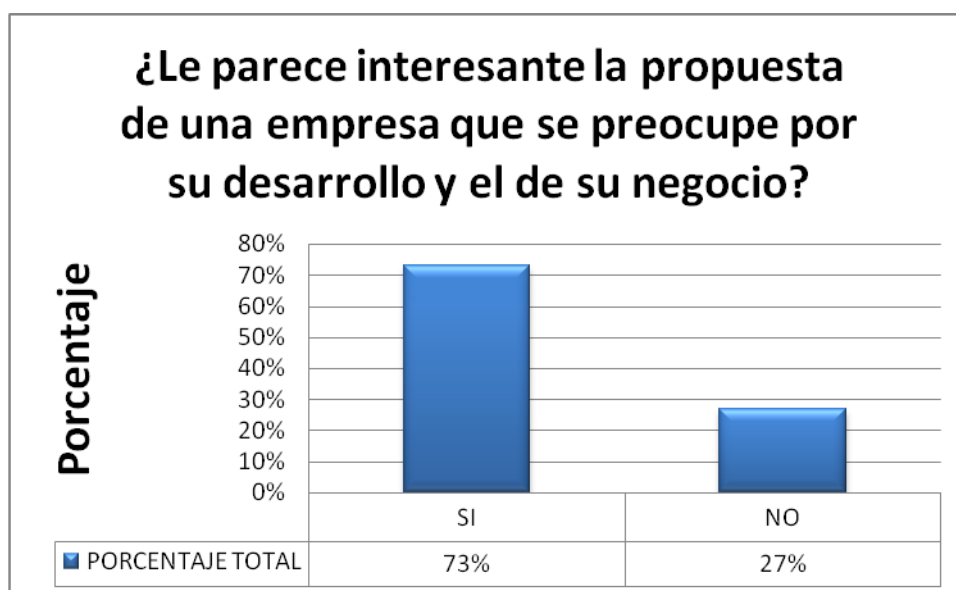
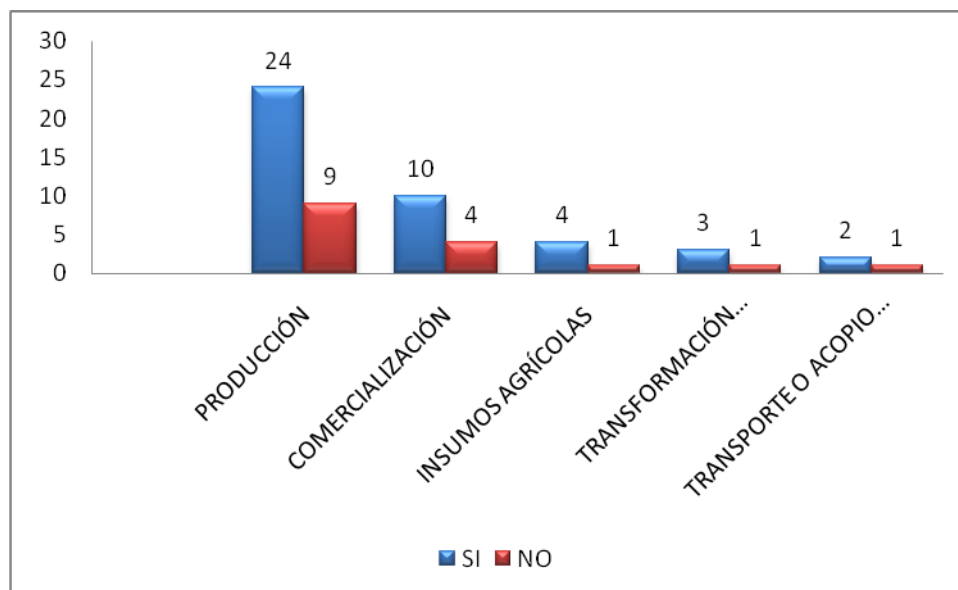


Gráfico N°48 Le parece interesante la propuesta de una empresa que se preocupe por su desarrollo



Interpretación:

El 73% está de acuerdo con la propuesta de una empresa que se preocupe por brindar asistencia a los agro-productores para el desarrollo de los mismos, sin embargo el 23% se muestra escéptico por los resultados que se obtenga con la empresa por la propuesta. Pero la conclusión de esto es que si existe una acogida significativa del proyecto por parte de los potenciales participantes.

Pregunta 23

23	¿Qué tipo de servicios le interesaría recibir de la empresa propuesta?	a. Asesoría técnica <input type="checkbox"/> b. Asesoría administrativa <input type="checkbox"/> c. Asesoría financiera <input type="checkbox"/> d. Asesoría Legal <input type="checkbox"/> e. Proyectos <input type="checkbox"/> f. Planes de Financiamiento <input type="checkbox"/> g. Planes de negocio <input type="checkbox"/> h. Investigación de mercados <input type="checkbox"/> i. Capacitación <input type="checkbox"/>
----	--	---

Tabla N°33 Resultado de la pregunta: Qué tipo de servicios le interesaría recibir

¿Qué tipo de servicios le interesaría recibir de la empresa propuesta?	Ase sorí a téc nic a	Ase so ría admin istrati va	Ase sorí a finan ciera	Ase sorí a en mar keti ng	Proy ecto s	Planes de Financ iamien to	Pla nes de nego cio o	Invest igació n de merca dos	Capa citaci ón	Tot al ser vici os
<u>PRODUCCIÓN</u>										
MAÍZ	9	10	11	8	12	9	9	11	11	90
CÁRNICOS	10	9	10	9	10	9	9	9	10	85
LÁCTEOS	6	5	6	7	6	5	5	6	7	53
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>										
MAÍZ	0	3	4	3	3	3	3	3	3	25
CÁRNICOS	0	4	5	4	6	5	5	6	5	40
LÁCTEOS	1	3	3	3	3	3	3	3	3	25
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	1	4	4	4	4	4	4	4	4	33
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>										
MAÍZ	0	1	1	0	1	1	1	1	2	8
CÁRNICOS	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
LÁCTEOS	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRÍCOLA</u>	1	3	3	3	3	3	3	2	3	24
TOTAL	28	42	47	41	48	42	42	47	50	387
PORCENTAJE	47%	71%	80%	69%	81%	71%	71%	80%	85%	

Gráfico N°49 Qué tipo de servicios le interesaría recibir

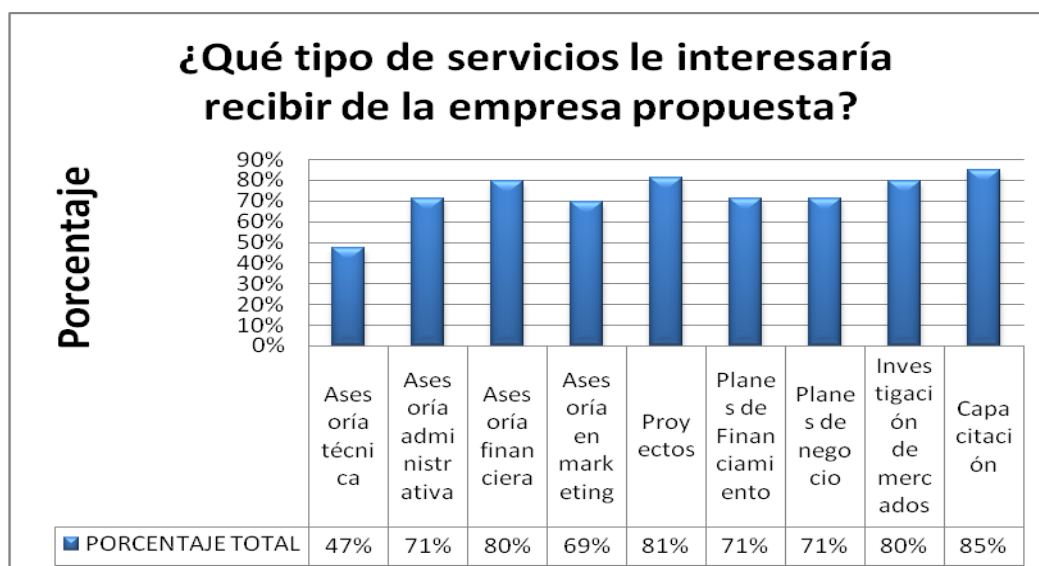
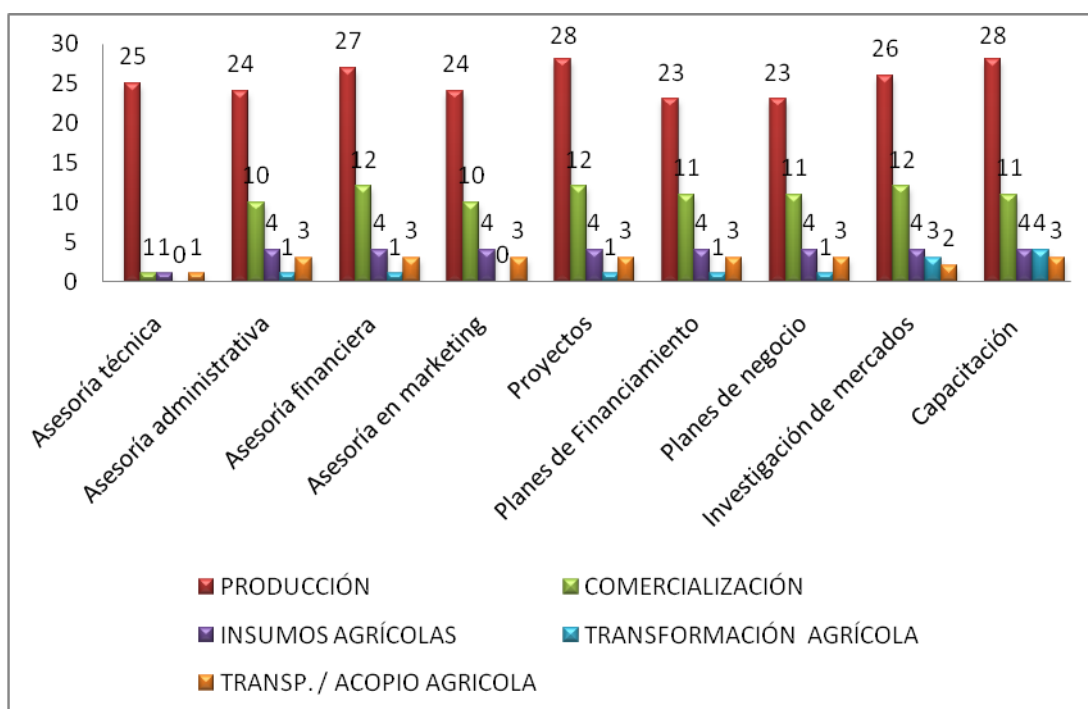


Gráfico N°50 Qué tipo de servicios le interesaría recibir



Interpretación:

Con el resultado de esta pregunta se pretende determinar específicamente los servicios que al sector de agro-producción del cantón en estudio le interesa recibir de la empresa propuesta, entonces: La capacitación con 85%, cuenta con la mayor demanda, en segundo lugar la investigación de mercados y la asesoría financiera con un 80%, luego con el 71% esta los planes de negocio, planes de financiamiento y asesoría administrativa, se identifica asesoría en marketing con el 69%, finalmente aparece con el 47% para la asistencia técnica.

Pregunta N° 24

24	¿Pagaría un valor entre 10 y 15 dólares por hora a un profesional que le brinde servicios especializados que usted requiera para su negocio?	<p>(1) SI <input type="checkbox"/></p> <p>(2) NO <input type="checkbox"/></p> <p>Otro; ¿Cuánto?.....</p>
----	--	--

Tabla N°34 Pagaría un valor entre 10 y 15 dólares por hora a un profesional que le brinde servicios especializados que usted requiera para su negocio

¿Pagaría un valor entre 10 y 15 dólares por hora a un profesional que le brinde servicios especializados que usted requiera para su negocio?	SI	NO	OTRO (menos de 10 Dólares)	Total encuestados
<u>PRODUCCIÓN</u>				
MAÍZ	9	3	2	14
CÁRNICOS	9	2	1	12
LÁCTEOS	5	2	0	7
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>				
MAÍZ	3	1		4
CÁRNICOS	4	2	0	6
LÁCTEOS	3	1	0	4
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	4	1	0	5
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>				
MAÍZ	2	0	0	2
CÁRNICOS	1	0	0	1
LÁCTEOS	1	0	0	1
<u>TRANSPORTE O ACOPIO AGRICOLA</u>	2	1	0	3
TOTAL	43	13	3	59
PORCENTAJE TOTAL	73%	22%	5%	100%

Gráfico N°51 Pagaría un valor entre 10 y 15 dólares por hora a un profesional que le brinde servicios especializados que usted requiera para su negocio

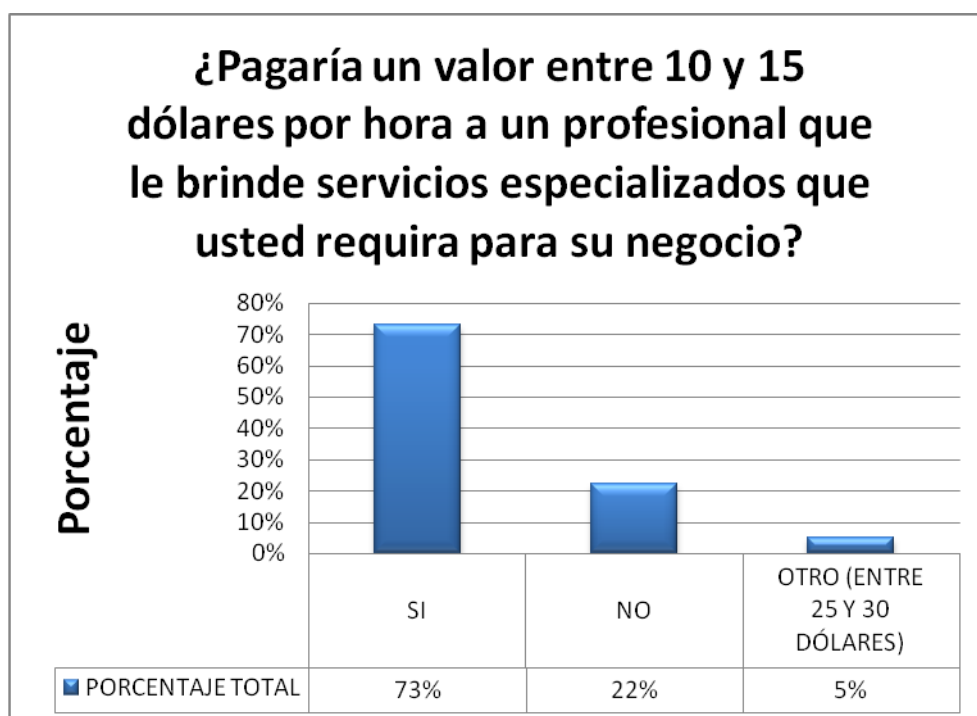
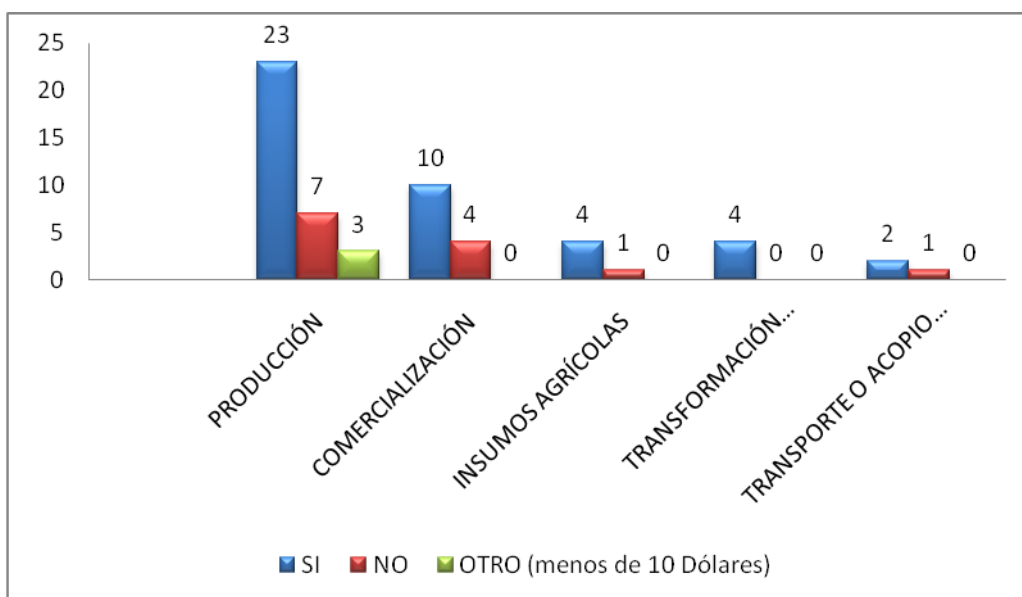


Gráfico N°52 Pagaría un valor entre 10 y 15 dólares por hora a un profesional que le brinde servicios especializados que usted requiera para su negocio



Interpretación:

El 73% de los encuestados indicó que pagaría un valor entre 10 y 15 dólares por cada hora que reciba de servicio que requiera para su negocio, el 5% pagaría menos de 10 dólares; mientras que un 22% no esta de acuerdo.

Pregunta N° 25

25	Considera que utilizaría los servicios de la empresa propuesta al menos en el año por:	<p>(1) Menos de 18 horas al año <input type="text"/></p> <p>(2) Entre 18 y 19 horas al año <input type="text"/></p> <p>(3) Más de 20 horas al año <input type="text"/></p>
----	--	--

Tabla N°35 Considera que utilizaría los servicios de la empresa propuesta al menos en el año por:

Considera que utilizaría los servicios de la empresa propuesta al menos en el año por:	Menos de 18 horas al año	Entre 18 y 19 horas al año	Más de 20 horas al año	Total encuestados
<u>PRODUCCIÓN</u>				
MAÍZ	0	8	1	9
CÁRNICOS	0	8	1	9
LÁCTEOS	1	3	1	5
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>				
MAÍZ	0	2	1	3
CÁRNICOS	0	4	0	4
LÁCTEOS	0	3	0	3
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	1	3	0	4
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>				
MAÍZ	0	2	0	2
CÁRNICOS	0	1	0	1
LÁCTEOS	0	1	0	1
<u>TRANSPORTE O ACOPIO AGRÍCOLA</u>	0	2	0	2
TOTAL	2	37	4	43
PORCENTAJE TOTAL	5%	86%	9%	100%

Gráfico N°53 Considera que utilizaría los servicios de la empresa propuesta al menos en el año por:

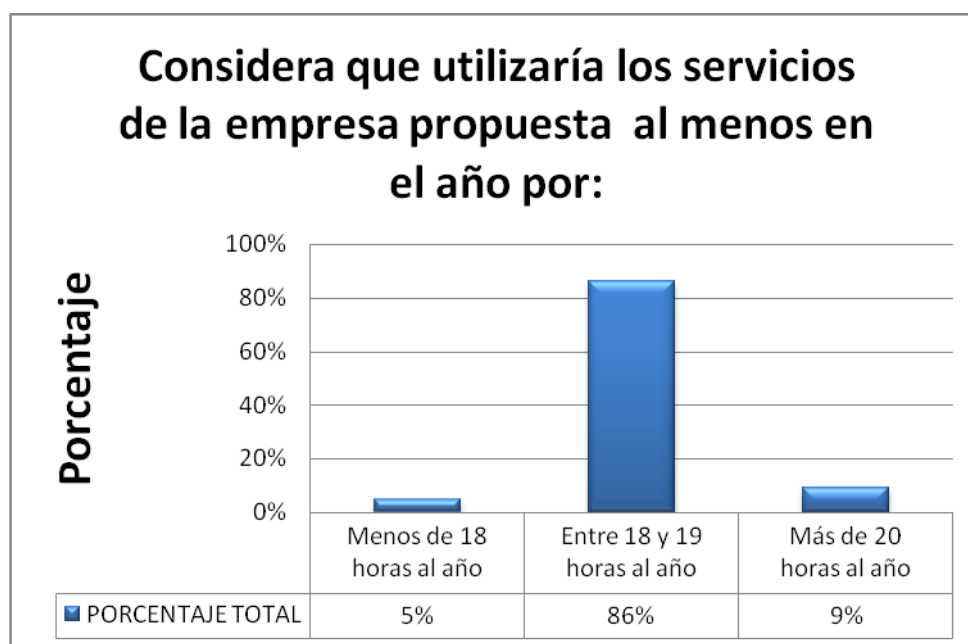
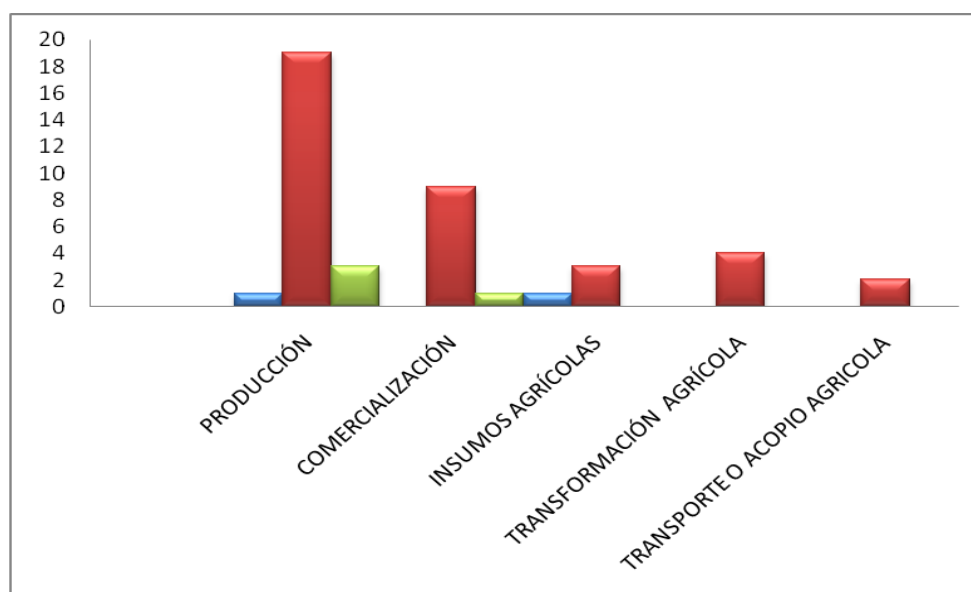


Gráfico N°54 Considera que utilizaría los servicios de la empresa propuesta al menos en el año por:



Interpretación:

El 86% está de acuerdo en que al menos entre 18 y 19 horas al año demandaría los servicios de la empresa de proyecto, un 5% considera que sería menos de 18 horas al año y un 9% considera que necesitaría más de 20 horas al año de servicio.

Pregunta N° 26

25	¿Por qué medio le gustaría ser informado acerca de los servicios que ofrece la empresa?	Radio <input type="checkbox"/> Prensa escrita <input type="checkbox"/> En las agencias de La Cooperativa Luz del Valle <input type="checkbox"/> Volantes <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Explique.....
----	---	---

Tabla N°36 Por qué medio le gustaría ser informado

¿Por qué medio le gustaría ser informado acerca de los servicios que ofrece la empresa?	Radio	Prensa escrita	En las agencias de La Cooperativa Luz del Valle	Volantes	Otros	Totales
<u>PRODUCCIÓN</u>						
MAÍZ	2	0	9	0	0	11
CÁRNICOS	1	0	7	0	0	8
LÁCTEOS	2	0	3	0	0	5
<u>COMERCIALIZACIÓN</u>						
MAÍZ	2	1	0	0	0	3
CÁRNICOS	2	0	2	0	0	4
LÁCTEOS	1	0	2	0	0	3
<u>INSUMOS AGRÍCOLAS</u>	3	1	0	0	0	4
<u>TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA</u>						
MAÍZ	0	1	0	0	0	1
CÁRNICOS	1	0	0	0	0	1
LÁCTEOS	0	1	0	0	0	1
<u>TRANSP. / ACOPIO AGRÍCOLA</u>	2	0	0	0	0	2
TOTAL	16	4	23	0	0	43
PORCENTAJE TOTAL	37%	9%	53%	0%	0%	100%

Gráfico N°55 Por qué medio le gustaría ser informado

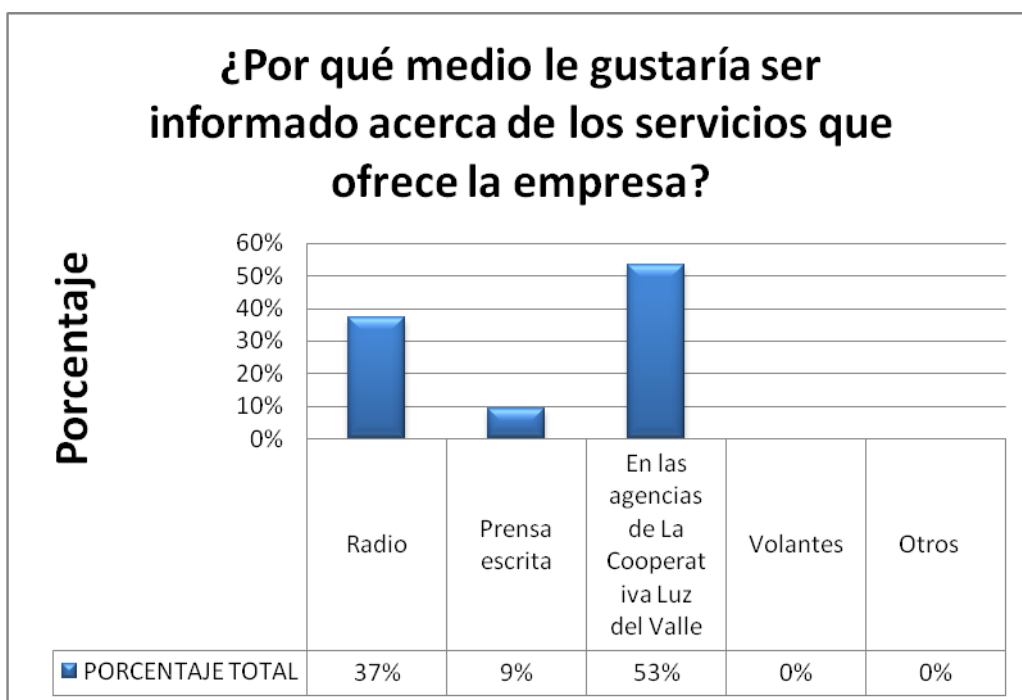
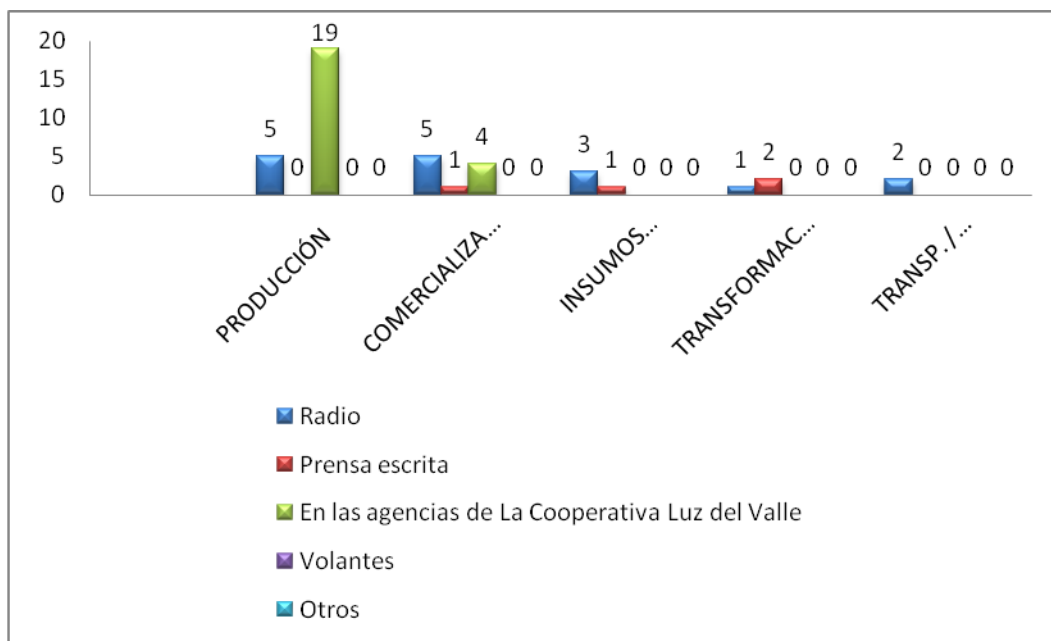


Gráfico N°56 Por qué medio le gustaría ser informado



Interpretación:

La última pregunta de la encuesta realizada dio los siguientes resultados: El 53% de agro-productores consideran que es mejor enterarse por medio de las agencias de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Luz del Valle” acerca de la empresa propuesta, 37% respondió que por medio de la radio y 9% le gustaría informarse por prensa escrita. De las entrevistas realizadas se pudo obtener el conocimiento de que los agro-productores brindan su absoluta confianza a la cooperativa “Luz del Valle”, por el reconocimiento que esta tiene alrededor del cantón Rumiñahui, es por eso que prefieren informarse mediante las agencias de la cooperativa acerca de este tema.

4.7 Análisis del mix del marketing.

Un plan de Marketing permite a las empresas definir la forma de dirigirse a sus clientes actuales y captar a otros con la venta de un producto o la prestación de un servicio

Las estrategias de marketing presentan el enfoque general que se utilizará para lograr los objetivos que se ha propuesto la empresa.

Servicio

Se identifica como servicio a aquel que se ofrezca para su uso para satisfacer una necesidad.

Servicios de la empresa propuesta serán:

Asistencia técnica

- Asesoría para la implementación de buenas prácticas agropecuarias.
- Planes y mecanismos para el manejo sanitario y fitosanitario.
- Planes y mecanismos para el manejo de cosecha y post-cosecha.
- Planes y mecanismos para la crianza de animales.
- Capacitación y Seminarios.

Consultoría financiera

- Diseños de gestión financiera
- Asesoramiento en contabilidad y asesoramiento contable general
- Aspectos Tributarios
- Análisis de costos, gastos e ingresos del negocio
- Análisis Financieros.
- Rediseño del sistema contable para cubrir necesidades de información
- Elaboración de estados financieros para créditos u otros propósitos
- Capacitación y Seminarios.

Consultoría en marketing

- Estudios de mercado
- Plan de Marketing
- Reingeniería de ventas
- Optimización de la satisfacción del cliente
- Estrategias de Mercadeo.
- Capacitación de Personal en Ventas.

- Asesorías y Estrategias en Ventas y Servicios.
- Servicio al Cliente.
- Estudio de Posicionamiento del Producto en el Mercado.
- Asesoría y Consecución de Productos promocionales para la Empresa.
- Asesoría en Campañas Publicitarias.
- Diseño y Estudios de Publicidad.
- Técnicas de Exhibición de Productos.
- Capacitación y Seminarios.

Consultoría administrativa

- Diseños de gestión administrativa
- Organización de la estructura administrativa y funcional de la empresa.
- Reglamento Interno de Trabajo.
- Manual de Funciones.
- Asesoría Laboral.
- Asesoría en Gestión Empresarial.
- Diseño de planes, programas y herramientas de apoyo a la gestión estratégica de la empresa.
- Estudios de clima y cultura organizacional.
- Diseño y ejecución de cursos de inducción para personal recién incorporado a la organización.
- Definición de misión, visión y sistema de valores.
- Análisis de remuneraciones.
- Capacitación y Seminarios.

Consultoría de proyectos

- Formulación de proyectos de negocio
- Estudios de pre-factibilidad y factibilidad de proyectos
- Gestión y administración de proyectos en marcha para el negocio
- Elaboración de planes de crédito para financiar el desarrollo de proyectos
- Capacitación y Seminarios.

Además de los servicios que preste se encargará de participar en los diversos aspectos relativos a la organización y funcionamiento de las cadenas productivas mediante la formalización de acuerdos entre los agro-productores participantes.

Para poder entregar un servicio adecuado, se utilizarán las siguientes estrategias:

- ✓ El personal de la empresa deberá tener la capacitación adecuada. De esta forma el cliente puede contar con toda la información que requiera sobre determinado servicio, la estrategia inicial es evitar que el cliente tenga que describir sus necesidades a más de una persona para lograr ser atendido.
- ✓ Se deberá escuchar al cliente de forma atenta y cordial esto le hará sentirse valorado e importante, reduciendo los vacíos de información del cliente.
- ✓ Empoderamiento: Es indispensable delegar más en el empleado encargado del contacto directo con el cliente para que pueda solucionar el 100% de las situaciones típicas que se le presenten y al menos un 80% de las especiales.

Precios

“El precio es quizás el elemento de la estrategia comercial más importante en la determinación de la rentabilidad del proyecto, ya que él será quien defina en último término el nivel de ingresos” ¹⁶

Para fijar el precio se debe considerar, por una parte, las necesidades que tiene el mercado de un servicio determinado y los atributos que lo componen y por la otra parte, el costo del que representa proporcionar un servicio y los objetivos de rentabilidad que desee alcanzar la empresa.

Se puede conceptualizar al precio como la estimación cuantitativa sobre un producto o servicio, que definido en unidades monetarias expresa la aceptación por parte del cliente al conjunto de atributos que conlleva el bien o servicio.

¹⁶ Nassir Sapag Chain y Reinaldo Preparación y Evaluación de Proyectos. segunda edición. Pág. 284

En la investigación de mercado realizada se obtuvo información relevante sobre los precios que estarían dispuestos a pagar por los servicios que preste la empresa al mando de las cadenas productivas.

Los valores por los servicios que la empresa fijará a los eslabones de las cadenas agro-productivas, se los hará en base a las horas prestadas por servicios profesionales, con un costo de \$ 11.25 dólares americanos por hora y por cada profesional, pero permanentemente se buscará alternativas en disminución de los costos por los servicios prestados de esta manera se reducirá el costo que representa a los agro-productores en acceder a estos servicios.

Promoción y publicidad

La promoción es el conjunto formado por la publicidad, promoción de ventas, marketing directo y relaciones públicas que mediante su adecuado diseño y administración busca informar, relacionar y persuadir a los clientes actuales y potenciales, favoreciendo de esta forma en alcanzar los objetivos de mercadotecnia de la empresa.

Para lograr una efectiva promoción se buscarán diversas estrategias para dar a conocer las ofertas de servicio de la empresa propuesta, algunas de estas serán:

1. Utilización de afiches publicitarios en puntos permitidos y estratégicamente determinados.

2. Se realizaran campañas publicitarias por medio de visitas personalizadas a los diferentes eslabones para dar a conocer las propuestas del proyecto e incluirá la invitación al evento público que se desarrollará como “estrategia de unificación de las cadenas productivas” (detallado en el capítulo III).

Durante la visita se entregará un folleto que muestre los servicios y planes de trabajo de la empresa planteada, que trabajará con las tres cadenas productivas reconocidas por el proyecto.

3. Se realizara propagandas radiales, mediante la radio local.

4. Creación y publicación de una página web para difundir más acerca de la empresa, además que el portal en la red cumple otros fines (Contactos, foro, etc.).

5. Además mediante la utilización de la comunicación telefónica servirá para concretar citas y poder realizar las visitas personalizadas a las empresas, la habilidad que se tenga para realizar las llamadas será el factor más importante para poder realizar las citas.

6. Se realizará publicaciones en periódicos de mayor circulación, así como en páginas amarillas, la promoción de la empresa.

Plaza

Las estrategias de distribución se deben en base a las decisiones y los objetivos de la empresa.

La estrategia fundamental es el sector, puesto que la empresa se localizará en un lugar céntrico para los eslabones que es en Sangolquí, Avenida Abdón Calderón 524 e Inés Gangotena, tercer piso en el edificio matriz de la cooperativa alrededor de este lugar existen varios clientes, además de que cuenta con los servicios necesarios para que la empresa pueda desarrollar sus actividades normales.

Distribución

La empresa tendrá una cadena de distribución directa, puesto que la empresa entrega un servicio al usuario sin intermediarios.

El usuario solicita los servicios que presta la empresa y se procederá a analizar las características del tipo de servicio requerido para la consecuente generación del mismo, brindándole al cliente la atención necesaria.

4.8 Análisis de la demanda y oferta.

4.8.1 Análisis de la demanda.

“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”¹⁷

Mediante esta investigación se obtuvo las siguientes características:

- Tipología de agro-negocios: tipo de eslabón, lugar, servicios o productos que oferta.
- La oportunidad que ofrece cada tipo de eslabón: precio que está dispuesto a pagar.
- Los servicios que exige cada agro-negocio.
- La aceptación que tienen sobre la propuesta de servicios.

4.8.1.1 Análisis histórico de la demanda.

No se cuentan con datos históricos de la demanda, pero la información tomada los registros de la de la Cooperativa “Luz del Valle”, registro catastral del cantón Rumiñahui y la investigación de campo realizada, se identificó a 104 agro-negocios al 2011.

Tabla 37 Demanda Histórica

DEMANDA HISTÓRICA	
Tasa de crecimiento anual = 5,10%	
Año	Nº de empresas
2011	104

Fuente: Coop. “Luz del Valle”, Registro Catastral del Cantón Rumiñahui, investigación de campo
Elaboración: Propia
Tasa de crecimiento de compañías: Provincia de Pichincha

¹⁷ Gabriel Baca Urbina; Evaluación de proyectos, 2006 Pág. 181

4.8.1.2 Demanda actual del servicio.

La demanda actual de servicios requeridos por los diferentes eslabones de las cadenas agro-productivas se refleja por las condiciones cambiantes del negocio que demandan servicios para su funcionamiento y desarrollo.

En la investigación de mercado se obtuvo un 73% de negocios que les interesa la propuesta de servicios ofrecidos por la empresa planeada como se muestra a continuación:

¿Le parece interesante la propuesta de una empresa que se preocupe por su desarrollo y el de su negocio?	SI	NO
PORCENTAJE TOTAL	73%	27%

Con relación al mercado al cual se encuentra enfocada la empresa se puede establecer que la demanda de servicios propuestos es alta con un 73%, lo que permite afirmar que existe un porcentaje elevado de demanda insatisfecha a la cual la empresa se puede dirigir.

4.8.1.3 Proyección de la demanda.

En el 2011 el número de negocios agro-productivos identificados fueron 104, la tasa de crecimiento de empresas en la Provincia de Pichincha es de 5.10% Con la utilización de estos datos se realiza la proyección de la demanda para cinco años mediante la siguiente fórmula:

$$Df = Dp(1+i)^n$$

Donde:

Df =Demanda Futura

Dp =Demanda Presente

i =Tasa de crecimiento

n =Años proyectados

Tabla 38 Proyección de la demanda

Año	Demanda Actual
2011	76
	Proyección de la demanda
2012	80
2013	84
2014	88
2015	93
2016	97

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: propia

4.8.1.4 Demanda anual en horas de servicio.

La proyección de la demanda muestra que habrá crecimiento de demanda en los próximos cinco años, pero la empresa propuesta mantendrá fijo las horas de servicio que preste por la capacidad instalada que presenta y el personal operativo con el que cuenta; con la proyección de la demanda sabemos cuál será nuestro mercado y que además en qué medida irá creciendo; Sin embargo no se ha determinado todavía las horas de servicio que este mercado demanda, para eso se planteó dentro de las encuestas del estudio de mercado, una pregunta de la cual se tomará un dato que servirá para determinar la demanda de horas de servicio por parte del cliente:

25	Considera que utilizaría los servicios de la empresa propuesta al menos en el año por:	<p>(1) Menos de 18 horas al año <input type="checkbox"/></p> <p>(2) Entre 18 y 19 horas al año <input type="checkbox"/></p> <p>(3) Más de 20 horas al año <input type="checkbox"/></p>
----	--	--

El resultado de esta pregunta fue que el 86% de encuestados considera que demandaría al menos entre 18 y 19 horas anuales de los servicios de la empresa de proyecto.

Entonces para determinar la demanda de horas de servicios anual y mensual aplicamos el siguiente cálculo:

$$\text{Demanda anual (horas)} = \text{mercado total} * (\text{participación de mercado}) * (\% \text{ de aceptación del mercado}) * (\text{posible tiempo de demanda.})$$

Donde:

Mercado total= 104 agro negocios identificados

Participación de mercado= 100%

Porcentaje de aceptación del mercado= 73%

Posible tiempo anual de demanda= 18.5 horas

Desarrollo:

$$\text{Demanda anual (horas)} = 104 * (100\%) * (73\%) * (18,5)$$

$$\text{Demanda anual (horas)} = 1404.5 \text{ horas de servicio demandadas al año}$$

$$\text{Demanda mensual (horas)} = 1404.5 / 12$$

$$\text{Demanda mensual (horas)} = 117 \text{ horas de servicio demandadas al mes}$$

Entonces nuestra demanda de servicios será 117 horas mensuales de las 160 horas disponibles del mes.

4.8.2 Análisis de la oferta.

“El termino oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios”¹⁸

4.8.2.1 Oferta actual.

No existe una oferta con este tipo de propuesta en el cantón Rumiñahui.

¹⁸ Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain; Preparación Y Evaluación De Proyectos, 2007 Pág. 55

4.8.2.2 Proyección de la oferta.

Para el presente proyecto, la proyección de oferta será considera igual a cero debido a que no existe poder de oferentes en el mercado, por lo que se deberá priorizar la calidad de los servicios que se entrega, la atención, ofrecer un precio accesible que esté acorde a las posibilidades de los eslabones participantes.

Proyección de la Oferta = Cero

4.8.3 Estimación de la demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha corresponde al 73% de los 104 agro-negocios, por no existir claros ofertantes; el resultado es 76 negocios vinculados al sector agro-productivo del cantón Rumiñahui.

Entonces:

Tabla Nº 39 Estimación de la demanda insatisfecha

Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha
76	0	76

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: propia

Debido a que existe un número adecuado de profesionales dentro de la empresa del proyecto, que prestarán servicios a las cadenas agro-productivas y que la demanda es periódica por cada eslabón; además que se planificaría mediante un cronograma los servicios que se preste; se ha analizado que se puede trabajar y tomar como participación de mercado el 100% de la demanda insatisfecha.

CAPÍTULO 5.

ESTUDIO TÉCNICO.

5.1 Estudio técnico de la empresa propuesta.

“Esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo”.¹⁹

Objetivos:

- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Determinar la localización más adecuada, teniendo en cuenta los factores que condicionen la ubicación.
- Presentar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Detallar el presupuesto de inversión, que contemple el cálculo de los posibles valores de instalación y operación del negocio.

5.2 Análisis de localización.

El tipo de empresa que el proyecto propone no necesita un punto muy específico para su establecimiento, sin embargo al estar dirigida a las cadenas agro-productivas del cantón Rumiñahui debe estar en un lugar céntrico para el acceso por parte de los usuarios a los servicios que brindará.

5.2.1 Macro localización.

La empresa se ubicará en la Provincia de Pichincha, en el cantón Rumiñahui, su cabecera Cantonal es Sangolquí, cuenta con una superficie de 134 km² y una población de 85.852 habitantes, según el censo poblacional del 2010, sus parroquias urbanas son: Sangolquí, San Pedro de Taboada y San Rafael. Parroquias rurales: Cotogchoa y Rumipamba.

¹⁹ Gabriel Baca Urbina Evaluación de proyectos, 2006 Pág. 181

Gráfico 57 Macro localización

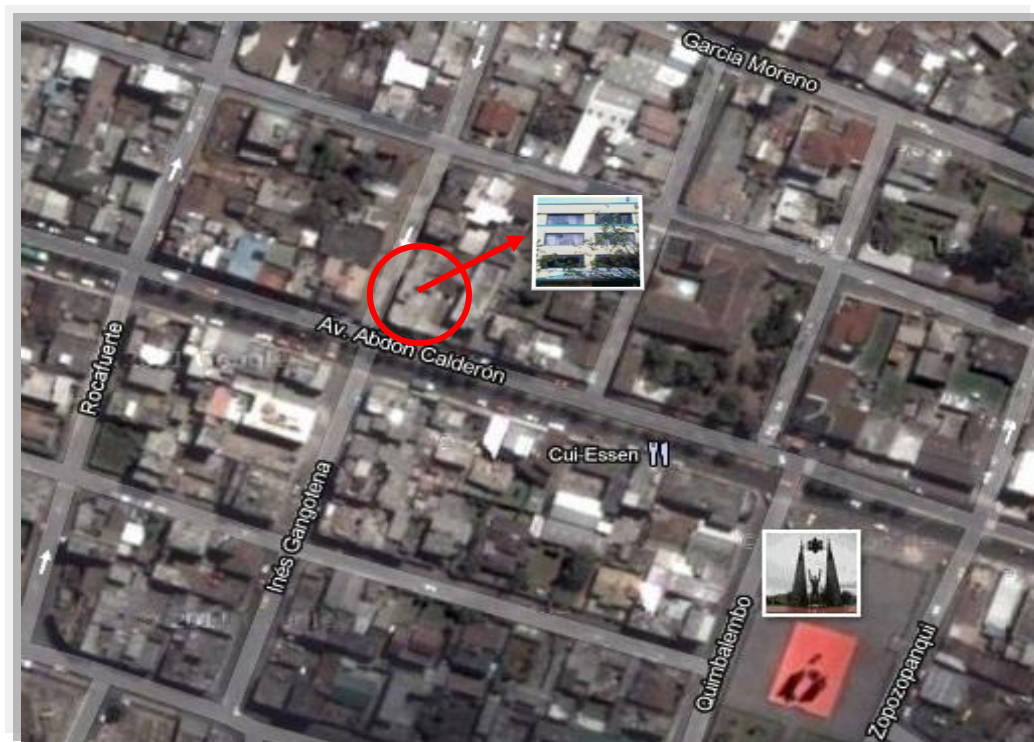


Fuente: venaecuador.com/VenEcuador/images/ecuador.gif
 Elaborado por: Elaboración propia

5.2.2 Micro localización.

El sector donde estará ubicada la empresa, es en la ciudad de Sangolquí, parroquia Sangolquí, en la Av. Abdón Calderón 524 e Inés Gangotena, Edificio matriz “Luz del Valle” tercer piso.

Gráfico 58 Micro Localización



En la localización específica de la empresa, están considerados los siguientes factores:

Transporte y comunicación

La empresa estará ubicada en Sangolqui, donde el transporte y la comunicación son muy buenos, puesto que podemos encontrar gran número de líneas de transporte para comunicarnos a los diferentes puntos deseados.

Cercanía de las fuentes de abastecimiento

Los negocios que proveen de los diversos insumos para el normal funcionamiento de la empresa, se encuentran relativamente cerca, debido a la existencia de varios lugares comerciales dentro de la zona.

Cercanía al mercado

La distancia existente entre los clientes y la empresa es cercana, porque el establecimiento estará ubicado en un área céntrica y el área del cantón es relativamente pequeña para la movilización desde cualquier punto.

Disponibilidad de servicios básicos

La empresa se encontrará en una zona urbana, donde posee los servicios de agua, luz, teléfono, Internet, etc. Los mismos que facilitan el desarrollo de las actividades de la empresa.

Posibilidad de eliminación de desechos

La empresa de servicios produce desechos mínimos y comunes que pueden ser eliminados adecuadamente, mediante la recolección de basura con la cuenta el sector.

5.3 Diseño técnico del proyecto.

5.3.1 Tamaño del proyecto.

La demanda de servicios en el cantón Rumiñahui se presenta viable para la creación de la nueva empresa, puesto que no se cuenta con claros ofertantes dentro del mercado objetivo.

La empresa se estima que podrá atender al 100% de la demanda insatisfecha. Además la empresa se ubicará en un lugar favorable tanto para brindar los servicios a sus usuarios como para el desarrollo de sus operaciones.

5.3.2 Factores determinantes del tamaño del proyecto.

5.3.2.1 El mercado.

Sobre la base de información tomada del estudio de mercado, se aprecia una gran demanda insatisfecha; por lo tanto, la empresa prestará sus servicios a los diferentes eslabones de las cadenas productivas del cantón.

Además la localización de los eslabones es también un factor importante, para una atención rápida, esta es una condición determinante en los ingresos por servicios, siendo necesario una estrecha relación con los usuarios.

5.3.2.2 Disponibilidad de recursos financieros.

El estudio financiero es una de las funciones más importantes en el análisis de la empresa puesto que la asignación adecuada de los recursos financieros aporta y facilita la realización del proyecto.

El recurso financiero de la empresa se formará con el aporte de dos socios con un 100% de la inversión total, no se recurrirá al financiamiento puesto que el proyecto no demanda una gran inversión.

5.3.2.3 Disponibilidad de infraestructura.

La cooperativa “Luz del Valle” en su casa matriz donde arrienda actualmente un edificio de cuatro plantas, tiene espacio disponible en su tercera y cuarta planta, de ellas el proyecto pretende arrendar el tercer piso para la instalación de la empresa que se plantea en este proyecto y se dispondrá del área de 320 mts.² para la empresa de servicios.

5.3.2.4 Disponibilidad de equipos de oficina y muebles y enseres.

En la adquisición de estos bienes existe cercanía y disponibilidad de proveedores que comercializan estos artículos para realizar la compra más conveniente.

5.3.2.5 Disponibilidad de equipos de computación.

La empresa necesitará de varios equipos de computación y otros elementos tecnológicos complementarios para su actividad. Los cuales los encuentra accesibles en varios puntos de venta dentro del cantón.

5.3.2.6 Disponibilidad de insumos.

La empresa no demanda mayores suministros para sus operaciones por tener como actividad principal la prestación de servicios, el material requerido consiste en suministros de oficina, encontrados en cualquier punto de distribución.

5.3.2.7 Disponibilidad de servicios.

Los servicios básicos están disponibles en el lugar de ubicación de la empresa, el servicio de internet puede ser contratado con uno de los proveedores existentes.

5.3.2.8 Disponibilidad del talento humano.

La empresa propuesta estará ubicada en una zona urbana de fácil acceso, donde se puede convocar, sin mayores inconvenientes a varios profesionales de diferente

índole para la apropiada selección del personal, con el objetivo de que la empresa disponga del recurso humano necesario e idóneo para su funcionamiento.

5.3.2.9 Definición de las capacidades de servicios.

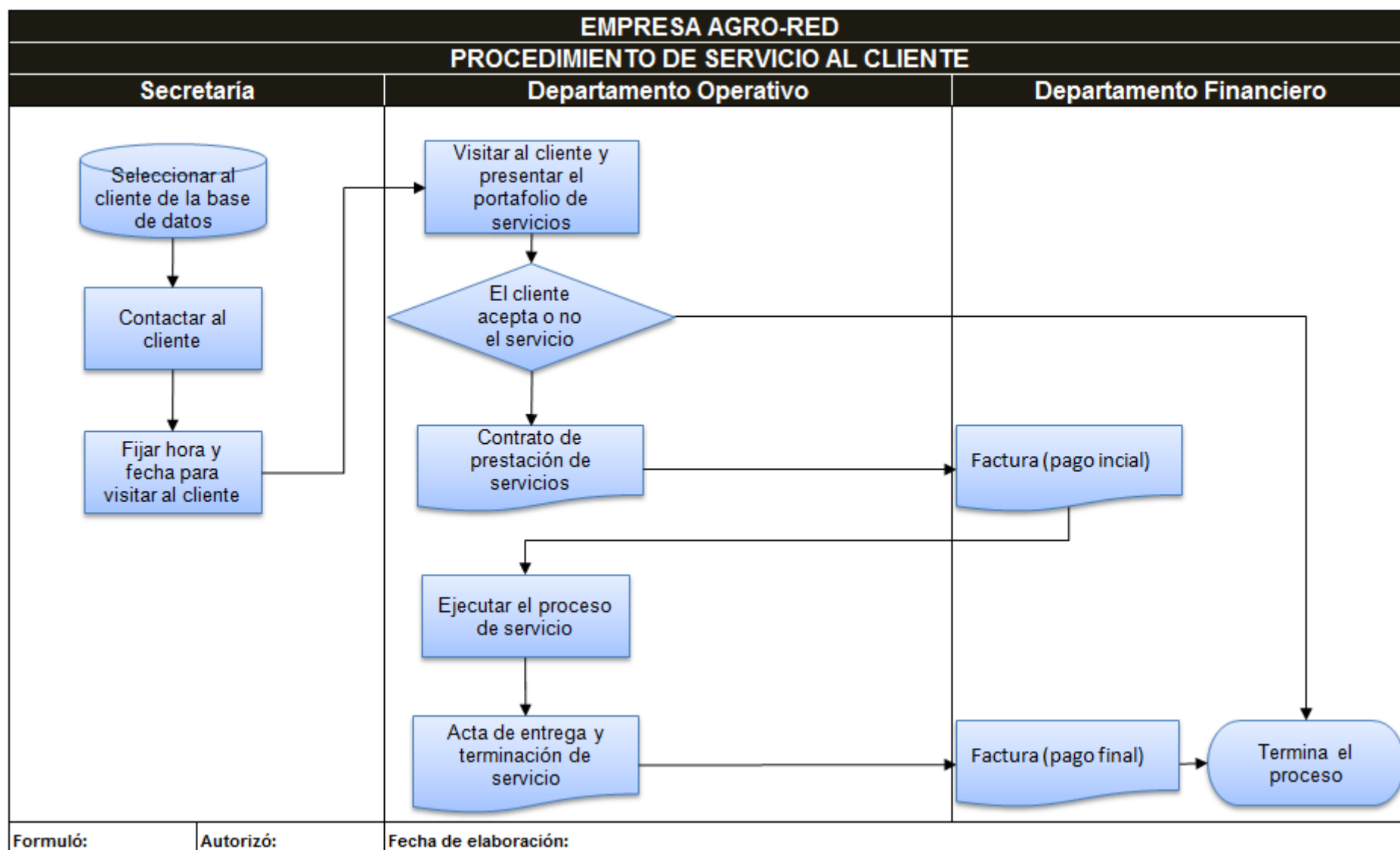
La Empresa espera prestar sus servicios a 76 empresas anualmente, que representan el 100% de la demanda insatisfecha.

5.4 Diagrama de flujo del proceso de servicio de la empresa propuesta.

El Flujograma o Fluxograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica.

Es importante ya que ayuda a designar cualquier representación gráfica de un procedimiento o parte de este, El flujograma de conocimiento o diagrama de flujo, como su nombre lo indica, representa el flujo de información de un procedimiento.²⁰

²⁰ Gómez Cejas, Guillermo. Sistemas administrativos, Análisis y Diseños. Editorial Mc Graw Hill. Año 1997 Pág. 96



Elaborado por: El autor

5.5 Requerimiento de recursos.

5.5.1 Requerimiento de infraestructura.

La empresa necesita una infraestructura de 320 mts² para la instalación de los diferentes departamentos con los que contará, estará dividido en 121 mts² para los departamentos operativos es decir el 38% de la infraestructura y 199 mts² en los departamentos administrativos es decir el 62% de las instalaciones totales de la empresa y será arrendado en el tercer piso del edificio ubicado en Sangolquí: Av. Abdón Calderón 524 e Inés Gangotena.

Gráfico 59 Edificio en Sangolquí donde funcionará la empresa (Tercer piso)



5.5.2 Requerimiento de propiedad, planta y equipo.

El siguiente cuadro presenta la inversión estimada de muebles y enseres necesaria para la empresa del proyecto.

Tabla N° 40 Requerimiento de propiedad, planta y equipo.

INVERSIÓN EN PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
EQUIPOS DE OFICINA			
Telefax	4	115,00	460,00
Teléfonos intercomunicadores	12	42,00	504,00
Calculadoras	16	14,50	232,00
TOTAL			1.196,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadores	16	670,00	10.720,00
Impresoras multifunción	10	120,00	1.200,00
Proyector	1	690,00	690,00
TOTAL			12.610,00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios	16	190,00	3.040,00
Archivadores	11	110,00	1.210,00
Estanterías (bodega)	2	95,00	190,00
Sillas giratorias de oficina	16	38,00	608,00
Sillas para el público	19	29,00	551,00
Mesa de reuniones	1	225,00	225,00
Sofá triple de descanso	1	125,00	125,00
TOTAL			5.949,00
TOTAL INVERSIÓN PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			19.755,00

5.5.3 Requerimiento de insumos.

El Requerimiento de insumos del primer año se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla N° 41 Requerimiento de insumos.

Suministros de oficina				
Descripción	Medida	V Unitario	Año 1	
			Cant.	V. Total
Papelería				
Hojas membretadas	Millar	50,00	1	50,00
Sobres membretados	Cientos	9,00	6	54,00
Sobres de Manila	Unidad	0,21	300	63,00
Carpetas Membretadas	Unidad	0,55	125	68,75
Resma de papel (500 hojas)	Unidad	4,82	40	192,80
Materiales de Oficina				
Esferos (caja 24 unid.)	Caja	5,28	9	47,52
Lápices (caja 24 unid.)	Caja	5,28	9	47,52
Borradores (caja 50 unid.)	Caja	4,00	3	12,00
Sellos	Unidad	6,50	22	143,00
Cd (caja 100 unid.)	Caja	12,00	2	24,00
Cartuchos	Unidad	4,00	88	352,00
Grapadoras	Unidad	1,10	17	18,70
Grapas (caja 1.000 unid.)	Caja	1,05	11	11,55
Perforadora	Unidad	2,65	17	45,05
Clips (caja 200 unid.)	Caja	1,05	11	11,55
Cinta adhesiva	Unidad	0,25	11	2,75
Archivadores	Unidad	3,35	72	241,20
Carpetas	Unidad	0,34	180	61,20
Otros		40,00	1	40,00
TOTALES				1.486,59

5.5.4 Requerimiento de servicios.

La estimación de servicios básicos que se utilizará en el primer año se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla N°42 Requerimiento de servicios.

Servicios Básicos	
Descripción	Año 1
Agua Potable	480,00
Luz Eléctrica	1.080,00
Teléfono	960,00
Internet	600,00
TOTALES	3.120,00

5.5.5 Requerimiento de talento humano.

La empresa propuesta contratará profesionales con un perfil competitivo, con una solida experiencia y creatividad para brindar soluciones a los usuarios, a continuación se presenta el personal con el que contará la empresa y los roles de pago y provisiones del primer año:

Tabla Nº 43 Requerimiento de talento humano.

DETALLE DEL PERSONAL		
No.-	Cargo	Sueldo
	SECCIÓN ADMINISTRATIVA	
1	Gerente	550,00
2	Secretaria	340,00
3	Administrador de R.R. H.H.	340,00
4	Tesorero	340,00
5	Contador	400,00
6	Conserje	300,00
	SECCIÓN OPERATIVA	
7	Asistente técnico 1	420,00
8	Asistente técnico 2	420,00
9	Asistente técnico 3	420,00
10	Consultor financiero 1	420,00
11	Consultor financiero 2	420,00
12	Consultor de marketing 1	420,00
13	Consultor de marketing 2	420,00
14	Consultor administrativo 1	420,00
15	Consultor administrativo 2	420,00
16	Consultor de proyectos 1	420,00
17	Consultor de proyectos 2	420,00

5.6 Distribución del espacio físico.

La empresa estará dividida por nueve oficinas, un área de recepción, una pequeña bodega y por dos baños; esto corresponde a una superficie total de 320mts². Las áreas de administración y operativas de la empresa estarán equipadas, por equipos de oficina, equipos de computación y muebles y enseres. Según el espacio definido de cada oficina, se puede situar escritorios de hasta 1,95 mts. por 1,10 mts. para cada empleado; así mismo un archivador de 2.25 mts. por 1.20 mts. por cada departamento y colocar sillas de oficina y para el público de un tamaño promedio. Lo que permite una movilidad alrededor del área de la oficina, entre 0.80 mts. y 1,50 mts. aproximadamente. El resto de equipos ocupan un espacio sobre los escritorios por ello no es necesario definir el espacio que necesitarán dentro de la empresa.

A continuación se indica gráficamente el área requerida para la instalación de la empresa:

Empresa AGRO-RED. Distribución del espacio físico



Elaborado: Por el autor

5.7 Impactos social, económico y ambiental.

La empresa se regirá a la legislación vigente en la Constitución del Ecuador en donde el **Art. 14.** Donde reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Según información del Manual de Evaluación Ambiental para proyectos de inversión de la Corporación Financiera Nacional, los servicios que prestará la empresa propuesta están dentro de:

CATEGORÍA II: Proyectos que no afectan al medio ambiente, ni directa ni indirectamente, tampoco requieren de un estudio de impacto ambiental.

Sin embargo las operaciones de la actividad agroindustrial repercuten sobre el medio ambiente, “Aunque los impactos de la actividad agro-productiva del país no están totalmente cuantificados, existen diversa pruebas de su importancia. Estos se concentran en cuatro tipos de recursos naturales: los suelos, el agua, el aire y la energía”.²¹ Sin embargo mediante el fomento de la certificación medio ambiental y el asesoramiento técnico por parte de la empresa de proyecto, se buscará que los eslabones de las cadenas productivas seleccionadas, realicen su producción cuidando y manteniendo el equilibrio del medio ambiente.

²¹ Ministerio de Agricultura y Ganadería; Diagnostico Integral De La Agricultura En El País 2006; Pág. 73

CAPÍTULO 6.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

6.1 Estudio organizacional de la empresa propuesta.

“La correcta administración de la cuantía de los recursos involucrados en la operación de la unidad administrativa, obliga a definir en forma específica el nivel organizacional y los alcances concretos de las tareas que se debe realizar. Principal importancia se dará al sistema global de información que garantice la eficacia de la gestión administrativa.

Lo anterior supone que en primer lugar se identifiquen los componentes funcionales de cada sistema y en función de éstos, los recursos necesarios para asegurar su operatividad. De esta forma será posible estimar los costos de operar cada sistema que se defina.

La identificación de personal, su grado de calificación, la cantidad requerida y el costo de sus remuneraciones, permitirá calcular uno de los ítems de costos administrativos más importantes. La cantidad de personal administrativo, su status en la organización y las tareas específicas para desarrollar, cualquier recurso que demande el funcionamiento normal de la empresa.”²²

6.2 Marco legal.

El marco legal de la empresa representa la constitución, personalidad jurídica y demás aspectos legales que permitirán a la empresa operar.

La empresa estará constituida bajo la modalidad de sociedad de responsabilidad limitada, cuyo trámite se demora aproximadamente 60 días.

“La sociedad de responsabilidad limitada es una forma societaria cuyo origen y algunas de sus características son propias de las sociedades personalistas, la responsabilidad de los socios está limitada a su aporte. El capital está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden ser incorporadas en títulos valores, ni denominarse acciones. El número de socios mínimo es de dos, no puede exceder de quince y no responden personalmente por las obligaciones

²² Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain; Preparación Y Evaluación De Proyectos; Segunda Edición; Pág. 181

sociales. El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, está representado por participaciones y se integra a los aportes de cada uno de los socios quienes no responden personalmente de las deudas sociales. El aporte puede ser en efectivo y/o en bienes (muebles, enseres, maquinarias y equipos).”²³

6.2.1 Constitución de la empresa.

Una vez determinado que la empresa será una compañía de responsabilidad limitada, los pasos a seguir de acuerdo a los requisitos para la constitución de la misma son:

1. “Aprobación de la denominación de la compañía, para lo cual el abogado presenta varias alternativas a la Superintendencia de Compañías, para la aprobación de una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación semejante.
2. Elaboración del proyecto de minuta que contiene los Estatutos que han de regir los destinos de la compañía, siendo necesario el asesoramiento y la firma de un abogado.
3. Aprobación de los Estatutos por parte del Departamento de Compañías Limitadas de la Superintendencia de Compañías.
4. Apertura de la cuenta de integración de capital en un banco de la localidad en donde se ubicará la compañía.
5. Los Estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías se elevan a escritura pública ante un notario de la localidad en donde la compañía realizará sus actos de comercio, con la firma de los socios fundadores.

²³ http://www.conquito.org.ec/creaempresa/index.php?option=com_content&task=view&id=34&Itemid=126

6. Un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía ingresa a la Superintendencia de Compañías para la obtención de la resolución de constitución.
7. Publicación de un extracto de la escritura conferida por la Superintendencia de Compañías, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía.
8. Obtención de la patente municipal, en cualquier oficina municipal de la ciudad en donde se vaya a instalar el negocio, a fin de que pueda ejercer sus actos de comercio.
9. Afiliación a la Cámara de Producción que corresponda al giro del negocio.
10. Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
11. Obtención del Registro Único de Contribuyente en el Servicio de Rentas Internas del Ministerio de Finanzas.
12. Elección de Presidente y gerente de la compañía mediante convocatoria a Asamblea General de Socios.
13. Elaboración e inscripción de estos nombramientos en el Registro Mercantil.
14. Adjuntar a la tercera copia certificada de constitución inscrita en el Registro Mercantil, los nombramientos debidamente inscritos e ingresar a la Superintendencia de Compañías para el registro en el departamento de Sociedades.
15. Obtención del oficio que otorga la Superintendencia, dirigido al banco donde se ha abierto la cuenta de integración de capital, para que se pueda movilizar los fondos, es decir, de una cuenta corriente a nombre de la compañía.

6.2.2 Estructura del capital.

La empresa ya constituida como compañía de responsabilidad limitada, deberá estar sujeta a las leyes establecidas en el Ecuador.

La empresa estará conformada por la aportación de 2 socios, los mismos que responden por las obligaciones sociales hasta por el monto de sus aportaciones individuales, la empresa no recurrirá al financiamiento porque se considera que se la puede financiar con recursos propios; valores que estarán aportados de la siguiente manera:

Tabla Nº 44 Estructura del capital.

Estructura del Capital	Descripción	Cédula de identidad	Monto Aportado	Porcentaje
			Dólares	
Aporte socio 1	Sr. Carlos Serna	1720774502	17.621,00	50%
Aporte socio 2	Sr. Luis Serna	0501001606	17.621,00	50%
TOTAL FINANCIAMIENTO			35.242,00	100%

6.2.3 Tipo de empresa.

La empresa se constituirá como una sociedad de responsabilidad limitada que pertenece al sector de servicios.

6.2.4 Razón social, logotipo, slogan.

6.2.4.1 Razón social.

“La razón social es el nombre y firma por los cuales es conocida una compañía mercantil de forma colectiva, comanditaria o anónima. Es, por lo tanto, el tributo legal que figura en la escritura o documento de constitución que permite identificar a una persona jurídica y demostrar su constitución legal”.²⁴

El nombre de la empresa además es la carta de presentación, reflejo de su imagen; por lo tanto para seleccionar el nombre de la empresa se tomo en cuenta características tales como: original, representativo, atractivo y simple. El nombre escogido para la empresa es:



6.2.4.2 Logotipo.

Se presento cuatro diseños de logotipos a un grupo de personas para la elección del mismo, estos son:

²⁴ <http://definicion.de/razon-social/>

Diseños de logotipos:

1



2



3



4



Elaborado por: El autor

El logo elegido entre los 4 diseños preseleccionados, según la opinión en común del mejor diseño, fue el número 4, puesto que el mismo es claro, original y capta la atención del público, además presenta la imagen que se desea transmitir, de una empresa de servicios ecuatoriana, con la misión de apoyar a los agro-productores para su crecimiento.

6.2.4.3 Slogan.

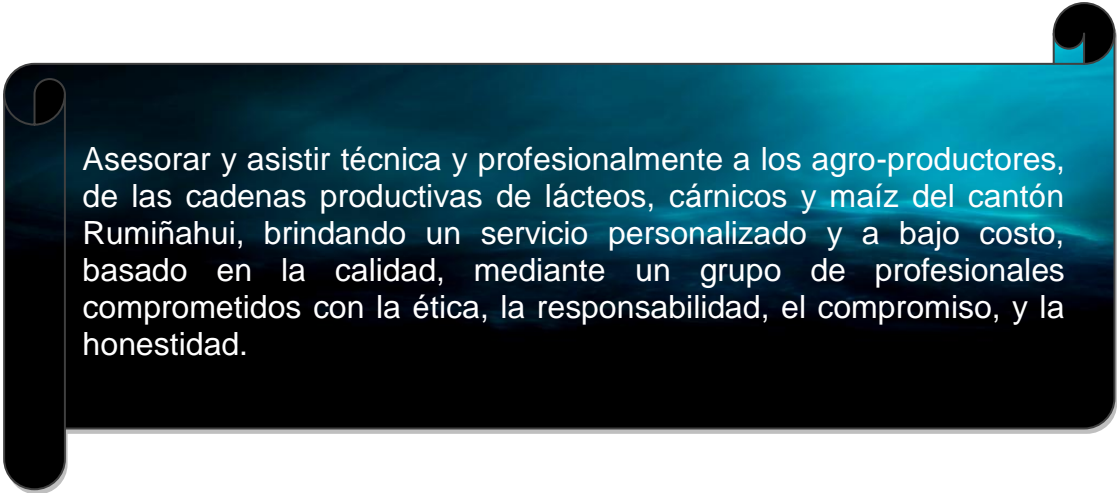
La empresa “Agro-Red” con el slogan seleccionado, fomenta la responsabilidad que tiene, en aportar con sus servicios al desarrollo del sector agro-productivo del cantón.

A horizontal banner with a dark blue gradient background and a thin white border. The text is in a bold, white, sans-serif font.

comprometidos con el progreso... con su progreso.

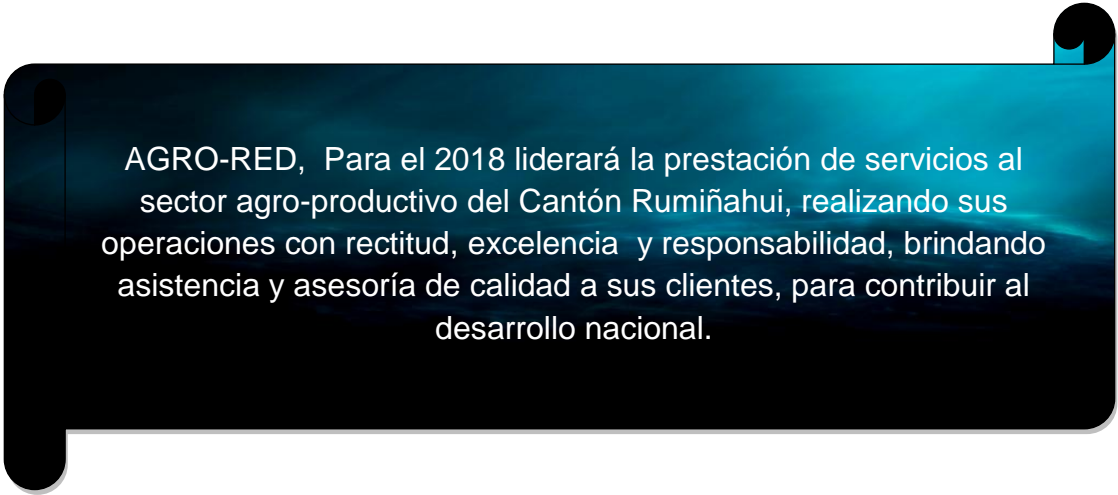
6.3 Base filosófica de la empresa.

6.3.1 Misión.

A rectangular box with a dark blue gradient background and rounded corners. The text is in a white, sans-serif font.

Asesorar y asistir técnica y profesionalmente a los agro-productores, de las cadenas productivas de lácteos, cárnicos y maíz del cantón Rumiñahui, brindando un servicio personalizado y a bajo costo, basado en la calidad, mediante un grupo de profesionales comprometidos con la ética, la responsabilidad, el compromiso, y la honestidad.

6.3.2 Visión.



AGRO-RED, Para el 2018 liderará la prestación de servicios al sector agro-productivo del Cantón Rumiñahui, realizando sus operaciones con rectitud, excelencia y responsabilidad, brindando asistencia y asesoría de calidad a sus clientes, para contribuir al desarrollo nacional.

6.3.3 Objetivos.

6.3.3.1 Objetivo general.

Brindar servicios integrales de asistencia técnica agrícola, consultorías en el área financiera, de marketing, administrativa y de proyectos al sector agro-productivo, para que mediante los servicios prestados se beneficie al desarrollo nacional, obteniendo además un beneficio económico para la empresa.

6.3.3.2 Objetivos específicos.

- ✓ Disponer de profesionales especialistas en las todas las áreas de “AGRO-RED”; con la experiencia necesaria para cumplir con las expectativas del cliente.
- ✓ Ofrecer un servicio completo y de calidad a un precio accesible.
- ✓ Patrocinar cursos de capacitación dirigido al personal de la empresa, para que sus conocimientos permanezcan actualizados.
- ✓ Mantener un ambiente laboral adecuado, para que el personal pueda desarrollar sus actividades en condiciones normales.
- ✓ Mantener una comunicación interna de manera que se pueda coordinar las actividades de cada uno de los departamentos en la generación del servicio.
- ✓ Realizar un seguimiento de los resultados que la empresa logre con el cliente
- ✓ Lograr siempre la satisfacción del cliente por medio de nuestros servicios.

6.3.4 Principios.

- ✓ **Puntualidad en la entrega del Servicio:** Entregar el servicio en el plazo acordado, cumpliendo con el cliente.
- ✓ **Responsabilidad:** Al cumplir con los acuerdos entre la empresa y los usuarios del servicio (fechas de entrega del servicio, valor del servicio, descuentos, promociones, etc.).
- ✓ **Cultura de servicio:** Al trabajar bajo el parámetro de servir al cliente, brindándole ayuda, asistencia y asesoramiento en sus requerimientos.
- ✓ **Respeto:** A todas las personas y empresas que encomiendan labores de servicio a la empresa.
- ✓ **Compromiso:** De los integrantes que conforman la empresa en la búsqueda permanente de una gestión, eficiente, eficaz, rápida de la funciones a cumplir.
- ✓ **Orden:** Al trabajar de forma ordenada, al tener cada cosa en su lugar.
- ✓ **Mejoramiento continuo:** Al entregar un servicio superior cada vez que se lo realice.

6.3.5 Valores.

- ✓ **Ética:** Los empleados de la empresa guiarán su accionar basados en la moral y buenas costumbres, actuando con rectitud frente a las acciones que tengan con el resto de personas.
- ✓ **Honradez:** Los empleados de la empresa deben actuar con integridad y rectitud en cada una de sus acciones y tareas, dentro y fuera de la organización, pues de ello depende la imagen que el cliente tenga de la empresa.
- ✓ **Creatividad:** Ofrecer servicios innovadores de acuerdo a las exigencias del mercado meta, con la finalidad de ser reconocidos como una empresa de excelencia.
- ✓ **Solidaridad:** Al trabajar en equipo por el bienestar de la empresa y sus integrantes.

6.4 Plan estratégico operacional.

La Estrategia Empresarial es el conjunto de orientaciones, objetivos y medios que se identifican con la finalidad de definir un rumbo a la empresa.

6.4.1 Estrategia de competencia.

Liderazgo en servicio: se enfoca a la ventaja que la empresa obtenga de su competencia, sin embargo no existe dentro del cantón un claro competidor, pero los podría haber en un futuro para esto se centra en:

✓ **Costo de servicio:**

Revisión frecuente de gastos y costos de la empresa, lo que permitirá ofrecer servicio a precios reducidos en la relación a otros servicios similares.

✓ **Diferenciación:**

Complementar al servicio con un valor agregado que lo diferencie dentro del mercado y sobresalga de otros.

✓ **Imagen:**

Difundir y realzar el prestigio de la empresa mediante un excelente servicio de calidad, personalizado, a tiempo y a precios razonables para lograr la aceptación de mercado.

6.4.2 Estrategia de crecimiento.

Para incrementar la demanda de mercado se realizará charlas con gente vinculada al medio agro-productivo, sobre temas de interés común que muestren las falencias y las barreras de crecimiento que obstaculizan el avance individual y del sector, así como las ventajas o beneficios que se obtiene al invertir en servicios que ofrece la empresa, creando una conciencia sobre la importancia de asesorar sus operaciones en el desarrollo de su negocio.

6.4.3 Estrategia operativa.

AGRO-RED se formará con un equipo profesional calificado para elevar la calidad de servicio; esto se mantendrá y se irá perfeccionando mediante la evaluación periódica del desempeño del personal además de la valoración de la aceptación y satisfacción del cliente, estimulando el mejoramiento permanente de la empresa.

6.5 Estructura organizacional.

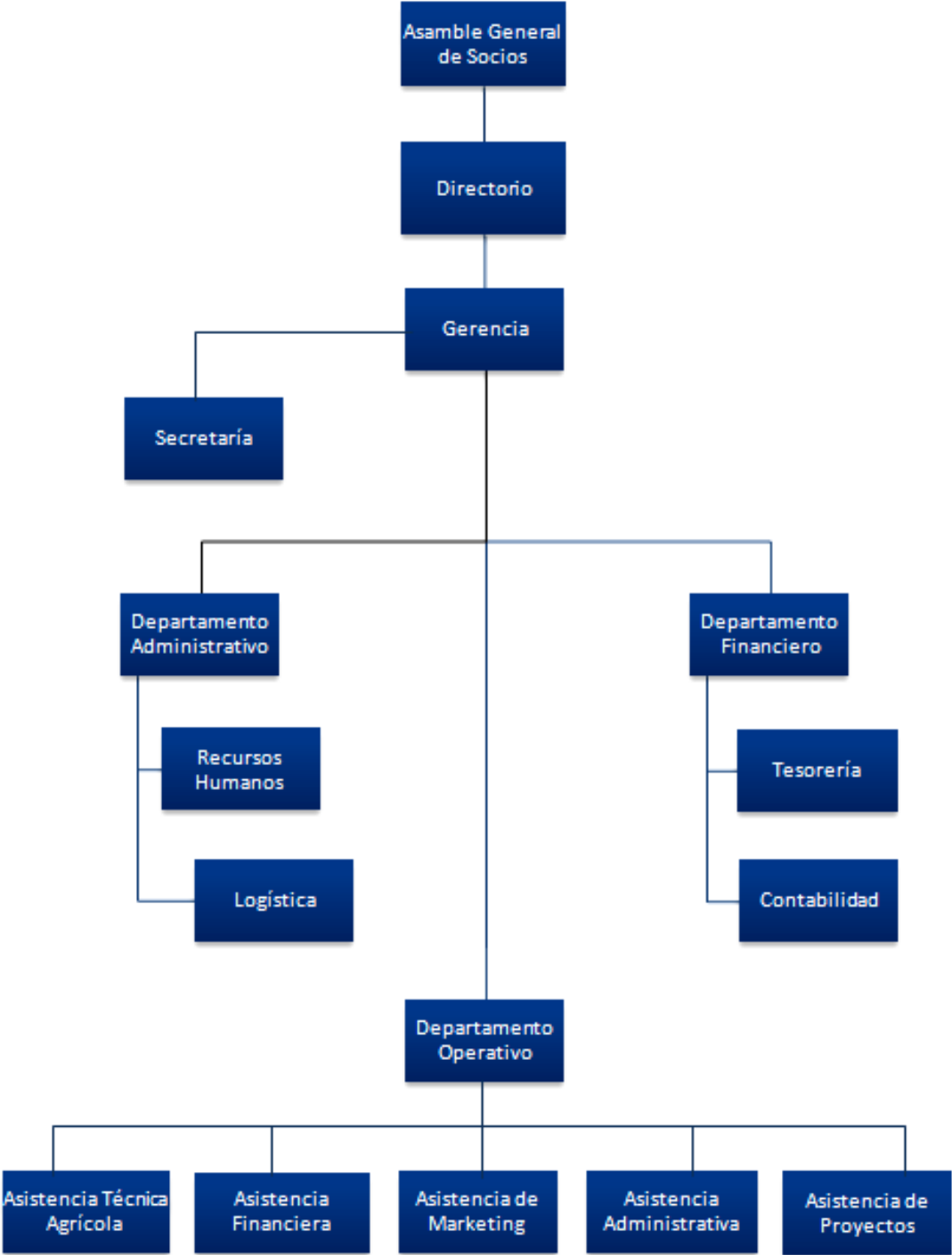
“La forma en la que la empresa o negocio esté organizada determinará la manera en que las personas están asociadas y reguladas por un conjunto de normas en función de determinados fines.

Para el efecto se hace uso de una técnica denominada organigrama que constituye una sinopsis o esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea y es la representación gráfica de la misma.²⁵

²⁵ Microsoft® Encarta® 2007. © 1993-2006 Microsoft Corporation.

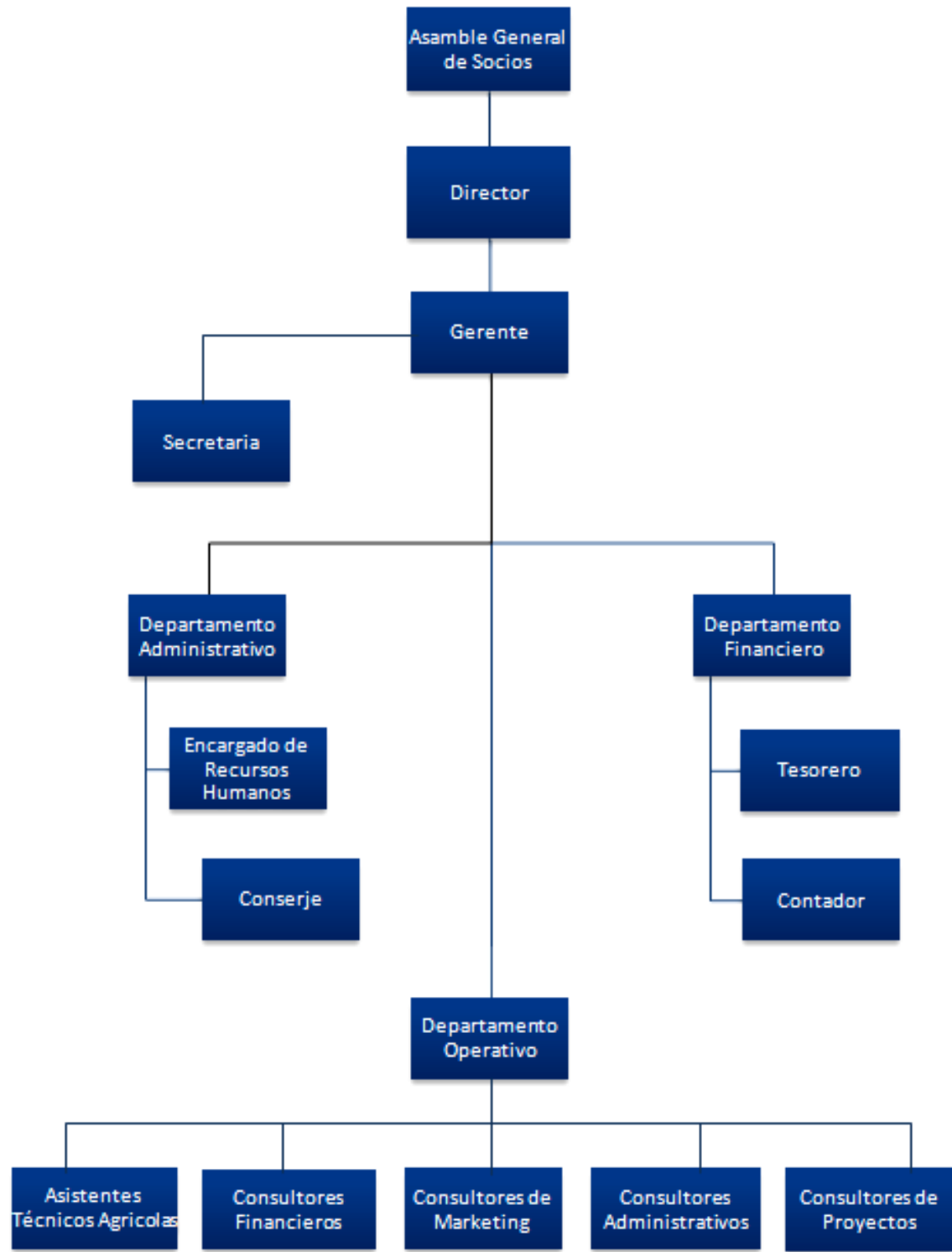
6.5.1 Organigrama estructural.

Empresa Agro-Red
Organigrama Estructural.
(Propuesto)



6.5.2 Organigrama de posición.

Empresa Agro-Red
Organigrama de Posición
(Propuesto)



6.6 Funciones de la empresa AGRO-RED.

Asamblea general de socios

Funciones:

- a) Designar al Director, Gerente y Secretario para un determinado período;
- b) Autorizar al Director y/o Gerente la realización de contratos, adquisiciones de bienes muebles, materiales y adquisiciones en general, hasta por el monto establecido en el Reglamento Interno.
- c) Nombrar y remover con justa causa al Director, Gerente y Secretario.
- d) Aprobar el aumento o reducción de capital
- e) Aceptar a nuevos socios, previa solicitud escrita.
- f) Dictar el Reglamento Interno, de conformidad con las disposiciones contenidas en la Ley.
- g) Aprobar los estados financieros de la compañía
- h) Aprobar los informes del Director

Director:

Funciones:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y,
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Gerente

Funciones:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;

- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio;
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía.
- e) Representar legalmente a la empresa
- f) Ejecutar los mandatos de la junta general.
- g) Cumplir y hacer cumplir los Estatutos y el Reglamento de la compañía
- h) Celebrar contratos y operaciones cuyo valor no exceda al fijado por el Reglamento interno.
- i) Supervisar la administración de recursos humanos, financieros, materiales y de servicios concernientes a la gestión de la empresa.
- j) Ordenar pagos, y cuidar que se mantenga con seguridad los valores y bienes de la empresa.
- k) Mantener una buena relación con todos los niveles de la organización.
- l) Gestionar la formalización de acuerdos de cooperación y entrega de productos entre agro-productores del cantón.
- m) Rendir cuentas de su gestión a la Junta general.

Secretaria

Funciones:

- a) Participar en sesiones para la redacción de actas.
- b) Recibir y distribuir internamente la correspondencia que llega a la Gerencia General, realizando el seguimiento respectivo de la misma.
- c) Realizar otras funciones afines a la misión de la Gerencia General y las que por relación sean de su competencia.
- d) Contactar con el cliente para concretar citas para presentar al cliente el portafolio de servicios de la empresa.

Encargado de recursos humanos

Funciones:

- a) Reclutamiento, selección, inducción y evaluación del personal; así como tramitar liquidaciones por renunciaciones o despidos.
- b) Formalizar los contratos que se suscriben con los trabajadores, tramitar nóminas y seguros sociales, controlar los derechos y deberes de los trabajadores, así como intervenir en lo relativo a asuntos disciplinarios.
- c) Supervisar los horarios de entrada y salida del personal.
- d) Realizar las previsiones, definir los planes, las políticas y las estrategias para hacer frente a las nuevas necesidades de recurso humano.
- e) Diseñar, aplicar y controlar la política remunerativa de forma equitativa, competitiva, flexible y motivadora.
- f) Recoger y atender las opiniones de los trabajadores.
- g) Organizar los eventos y celebraciones para el personal y socios de la empresa.

Conserje

Funciones:

- a) Mantener en estado de asepsia las instalaciones de la empresa.
- b) Apoyar a todas las áreas en actividades de mensajería.

Tesorero

Funciones:

- a) Recibir los ingresos de la empresa
- b) Efectuar los pagos ordenados por la Gerencia General.
- c) Manejar un libro auxiliar de operaciones, este debe ser llevado claramente y actualizado.

- d) Archivar los soportes de todas las transacciones para su posterior envío a contabilidad.
- e) Realizar reportes diarios de los fondos a su cargo.
- f) La preparación de cheques de pago para los empleados de la empresa.
- g) Aplicar las medidas necesarias para la prevención de errores en cuanto al manejo de la caja y los bancos.

Contador

Funciones:

- a) Elaborar el presupuesto anual de la empresa
- b) Someter a la aprobación del presupuesto elaborado
- c) Proponer un plan de ejecución del presupuesto aprobado.
- d) Controlar y evaluar la ejecución del presupuesto.
- e) Realizar el cierre presupuestario con todos los soportes necesarios para justificar las diferentes partidas presupuestarias.
- f) Realizar los registros contables permanentes de las operaciones de la empresa.
- g) Preparar los comprobantes relativos a todos los cargos, originarse en las distintas transacciones; así como en la misma sección de contabilidad general.
- h) Preparar los informes financieros que se establecen periódicamente.
- i) Preparar los informes específicos que requieran la Junta Directiva o la Gerencia General.
- j) Preparar los informes específicos que requieren las entidades gubernamentales.
- k) Tabulación de las facturas por servicios prestados en la forma que convenga a los efectos de control.
- l) La elaboración y cálculo de las nóminas de empleados.
- m) La preparación y elaboración de planillas del IESS.
- n) La preparación de los extractos mensuales de cuenta que hayan de enviarse a los clientes y utilizarse como información para el cobro de créditos.

Asistentes técnicos

Funciones:

- a) Brindar al cliente los siguientes servicios:
 - Asesoría para la implementación de buenas prácticas agropecuarias.
 - Planes y mecanismos para el manejo sanitario y fitosanitario.
 - Planes y mecanismos para el manejo de cosecha y post-cosecha.
 - Planes y mecanismos para la crianza de animales.
 - Programar eventos de capacitación.
- b) Realizar visitas a los clientes para promocionar el portafolio de servicios, cuando exista disponibilidad de tiempo para hacerlo.
- c) Elaborar informes mensuales de los cambios, mejoras o avances logrados por la función de asistencia técnica.

Asesores financieros

Funciones:

- a) Brindar al cliente los siguientes servicios:
 - Diseños de gestión financiera
 - Asesoramiento en contabilidad y asesoramiento contable general
 - Aspectos Tributarios
 - Análisis de costos, gastos e ingresos del negocio
 - Análisis Financieros.
 - Rediseño del sistema contable para cubrir necesidades de información
 - Elaboración de estados financieros para créditos u otros propósitos
 - Programar eventos de capacitación en temas financieros dirigido a clientes.
- b) Realizar visitas a los clientes para promocionar el portafolio de servicios, cuando exista disponibilidad de tiempo para hacerlo.
- c) Elaborar informes mensuales de su actividad de servicio con el cliente.

Asesores de marketing

Funciones:

- a) Brindar al cliente los siguientes servicios:
 - Asesoramiento en contabilidad y asesoramiento contable general
 - Aspectos Tributarios
 - Análisis de costos, gastos e ingresos del negocio
 - Análisis Financieros.
 - Rediseño del sistema contable para cubrir necesidades de información
 - Elaboración de estados financieros para créditos u otros propósitos
 - Programar eventos de capacitación en temas de mercadeo dirigido a clientes.
- b) Realizar visitas a los clientes para promocionar el portafolio de servicios, cuando exista disponibilidad de tiempo para hacerlo.
- c) Elaborar informes mensuales de su actividad de servicio con el cliente.

Asesor administrativo

Funciones:

- a) Brindar al cliente los siguientes servicios:
 - Diseños de gestión administrativa
 - Organización de la estructura administrativa y funcional de la empresa.
 - Reglamento Interno de Trabajo.
 - Manual de Funciones.
 - Asesoría Laboral.
 - Asesoría en Gestión Empresarial.
 - Diseño de planes, programas y herramientas de apoyo a la gestión estratégica de la empresa.
 - Estudios de clima y cultura organizacional.
 - Diseño y ejecución de cursos de inducción para personal recién incorporado a la organización.
 - Definición de misión, visión y sistema de valores.

- Análisis de remuneraciones.
 - Programar eventos de capacitación en temas administrativos, dirigido a clientes.
- b) Realizar visitas a los clientes para promocionar el portafolio de servicios, cuando exista disponibilidad de tiempo para hacerlo.
- c) Elaborar informes mensuales de su actividad de servicio con el cliente.

Asesor de proyectos

Funciones:

- a) Brindar al cliente los siguientes servicios:
- Formulación de proyectos de negocio
 - Estudios de pre-factibilidad y factibilidad de proyectos
 - Gestión y administración de proyectos en marcha para el negocio
 - Elaboración de planes de crédito para financiar el desarrollo de proyectos
 - Programar eventos de capacitación en temas de proyectos dirigido a clientes.
- b) Realizar visitas a los clientes para promocionar el portafolio de servicios, cuando exista disponibilidad de tiempo para hacerlo.
- c) Elaborar informes mensuales de su actividad de servicio con el cliente.

CAPÍTULO 7.

ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO.

7.1 Estudio financiero y económico de la empresa propuesta.

“Consiste en ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad” ²⁶

7.2 Presupuesto de inversiones.

La inversión inicial es la base del proyecto, ya que por inversión se entiende al monto de los recursos comprometidos en el proyecto, para finalmente obtener un excedente o beneficio que se lo llama utilidad. ²⁷

La inversión de inversión en propiedad, planta y equipo se presenta de la siguiente manera:

²⁶ Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain; Preparación Y Evaluación De Proyectos, 2007 pág. 29, 30

²⁷ Meneses, Eliberto; Preparación y Evaluación de Proyectos, 2001 pág. 76

Tabla N° 45 Inversión en propiedad, planta y equipo

INVERSIÓN EN PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
EQUIPOS DE OFICINA			
Telefax	4	115,00	460,00
Teléfonos intercomunicadores	12	42,00	504,00
Calculadoras	16	14,50	232,00
TOTAL			1.196,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadores	16	670,00	10.720,00
Impresoras multifunción	10	120,00	1.200,00
Proyector	1	690,00	690,00
TOTAL			12.610,00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios	16	190,00	3.040,00
Archivadores	11	110,00	1.210,00
Estanterías (bodega)	2	95,00	190,00
Sillas giratorias de oficina	16	38,00	608,00
Sillas para el público	19	29,00	551,00
Mesa de reuniones	1	225,00	225,00
Sofá triple de descanso	1	125,00	125,00
TOTAL			5.949,00
TOTAL INVERSIÓN PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			19.755,00

La inversión en otros activos se presenta de la siguiente forma:

Tabla N° 46 Inversión en otros activos

INVERSIÓN EN OTROS ACTIVOS		
Descripción	Valores Unitarios	Valor Total
Gastos de instalación y puesta en Marcha		2.800,00
Adecuaciones local arrendado	2.000,00	
Publicidad inicial	<u>800,00</u>	
Gastos de Constitución		700,00
Honorarios de Abogado	140,00	
Notario	22,00	
Inscripción Registro Mercantil	45,00	
Patente Municipal	35,00	
Permiso Cuerpo de Bomberos	8,00	
Aprobación de Constitución	400,00	
Publicación extracto	50,00	
Obtención del RUC	-	
Inscripción en el Historial Laboral	-	
TOTAL INVERSIÓN EN OTROS ACTIVOS		3.500,00

7.3 Presupuesto de gastos operacionales.

“La estimación de los costos futuros constituye uno de los aspectos centrales del trabajo del evaluador, tanto por la importancia de ellos en la determinación de la rentabilidad del proyecto, como por la variedad de elementos sujetos a valorización como desembolsos del proyecto”.²⁸

La siguiente tabla muestra el presupuesto total de gastos operacionales; el detalle de estos gastos se presenta posteriormente (desde la tabla 48 a 56):

²⁸ Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain; Preparación Y Evaluación De Proyectos, 2007 pág 127

Tabla Nº 47 Presupuesto total de gastos operacionales

PRESUPUESTO TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Sueldos más beneficios sociales del personal					
Gerente	9.068,90	9.884,82	10.774,83	11.744,34	12.801,31
Secretaria	5.717,72	6.232,03	6.793,30	7.404,46	8.070,85
Administrador de R.R. H.H.	5.717,72	6.232,03	6.793,30	7.404,46	8.070,85
Tesorero	5.717,72	6.232,03	6.793,30	7.404,46	8.070,85
Contador	6.675,20	7.275,69	7.930,88	8.644,43	9.422,41
Conserje	5.079,40	5.536,27	6.034,91	6.577,82	7.169,81
Asistente técnico 1	6.994,36	7.623,57	8.310,07	9.057,75	9.872,93
Asistente técnico 2	6.994,36	7.623,57	8.310,07	9.057,75	9.872,93
Asistente técnico 3	6.994,36	7.623,57	8.310,07	9.057,75	9.872,93
Consultor financiero 1	6.994,36	7.623,57	8.310,07	9.057,75	9.872,93
Consultor financiero 2	6.994,36	7.623,57	8.310,07	9.057,75	9.872,93
Consultor de marketing 1	6.994,36	7.623,57	8.310,07	9.057,75	9.872,93
Consultor de marketing 2	6.994,36	7.623,57	8.310,07	9.057,75	9.872,93
Consultor administrativo 1	6.994,36	7.623,57	8.310,07	9.057,75	9.872,93
Consultor administrativo 2	6.994,36	7.623,57	8.310,07	9.057,75	9.872,93
Consultor de proyectos 1	6.994,36	7.623,57	8.310,07	9.057,75	9.872,93
Consultor de proyectos 2	6.994,36	7.623,57	8.310,07	9.057,75	9.872,93
Gastos Transporte (Visita a clientes)					
Transporte	10.560,00	11.131,30	11.733,50	12.368,28	13.037,41
Suministros de oficina					
Suministros de oficina	1.486,59	1.567,01	1.651,79	1.741,15	1.835,35

Suministros de Limpieza					
Suministros de limpieza	480,00	505,97	533,34	562,19	592,61
Depreciaciones					
Equipos de Oficina	119,60	119,60	119,60	119,60	119,60
Equipos de Computación	4.203,33	4.203,33	4.203,33	4.923,11	4.923,11
Muebles y enseres	594,90	594,90	594,90	594,90	594,90
Amortizaciones					
Gastos de instalación y puesta en marcha	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Gastos de Constitución	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Arriendos					
Arriendos	9.600,00	10.119,36	10.666,82	11.243,89	11.852,19
Servicios Básicos					
Agua Potable	480,00	505,97	533,34	562,19	592,61
Luz Eléctrica	1.080,00	1.138,43	1.200,02	1.264,94	1.333,37
Teléfono	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Internet	600,00	632,46	666,68	702,74	740,76
Mantenimiento Equipos de Computación					
Mantenimiento Equipos de Computación	2.240,00	2.361,18	2.488,92	2.623,57	2.765,51
Publicidad					
Publicidad	1.440,00	1.517,90	1.600,02	1.686,58	1.777,83
(=) TOTAL GASTOS OPERACIONALES	149.459,04	161.361,53	174.290,28	189.032,79	204.258,73

Elaborado por: el autor

Fuente: Tablas N° Desde 46 a 65

7.3.1 Detalle de los gastos operacionales.

El presupuesto total de gastos operacionales presentado en la tabla anterior se sustenta y detalla en las tablas que se presentarán a continuación:

7.3.1.1 Sueldos más beneficios sociales del personal.

Sueldo: “Es el estipendio que el empleador paga al empleado en virtud del contrato de trabajo”.²⁹

Beneficios sociales: “Aquellas bonificaciones y remuneraciones adicionales y accesorias que el trabajador recibe directa o indirectamente del empleador; ya sea por los incentivos del propio empleador, o por acuerdo entre éste y las organizaciones sindicales o por imposición directa del Código de trabajo”.³⁰

Para la proyección de sueldos más beneficios sociales del personal de AGRO-RED; se tomo una porcentaje de 9%; cercano al incremento anual del sueldo básico unificado en el país de los últimos 5 años.

²⁹ Pedro Zapata Sánchez; Contabilidad General; Cuarta Edición; Pág. 222

³⁰ Pedro Zapata Sánchez; Contabilidad General; Cuarta edición; Pág. 223

Tabla Nº 48 Sueldos más beneficios sociales del personal (AÑO 1)

SUELDO MÁS BENEFICIOS SOCIALES DEL PERSONAL									
AÑO 1									
No.-	Cargo	Sueldo	Aporte patronal (12,15%)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total Al Mes	Total Año 1
	SECCIÓN ADMINISTRATIVA								
1	Gerente	550,00	66,83	45,83	24,33	45,83	22,92	755,74	9.068,90
2	Secretaria	340,00	41,31	28,33	24,33	28,33	14,17	476,48	5.717,72
3	Administrador de R.R. H.H.	340,00	41,31	28,33	24,33	28,33	14,17	476,48	5.717,72
4	Tesorero	340,00	41,31	28,33	24,33	28,33	14,17	476,48	5.717,72
5	Contador	400,00	48,60	33,33	24,33	33,33	16,67	556,27	6.675,20
6	Conserje	300,00	36,45	25,00	24,33	25,00	12,50	423,28	5.079,40
	SECCIÓN OPERATIVA								
7	Asistente técnico 1	420,00	51,03	35,00	24,33	35,00	17,50	582,86	6.994,36
8	Asistente técnico 2	420,00	51,03	35,00	24,33	35,00	17,50	582,86	6.994,36
9	Asistente técnico 3	420,00	51,03	35,00	24,33	35,00	17,50	582,86	6.994,36
10	Consultor financiero 1	420,00	51,03	35,00	24,33	35,00	17,50	582,86	6.994,36
11	Consultor financiero 2	420,00	51,03	35,00	24,33	35,00	17,50	582,86	6.994,36
12	Consultor de marketing 1	420,00	51,03	35,00	24,33	35,00	17,50	582,86	6.994,36
13	Consultor de marketing 2	420,00	51,03	35,00	24,33	35,00	17,50	582,86	6.994,36
14	Consultor administrativo 1	420,00	51,03	35,00	24,33	35,00	17,50	582,86	6.994,36
15	Consultor administrativo 2	420,00	51,03	35,00	24,33	35,00	17,50	582,86	6.994,36
16	Consultor de proyectos 1	420,00	51,03	35,00	24,33	35,00	17,50	582,86	6.994,36
17	Consultor de proyectos 2	420,00	51,03	35,00	24,33	35,00	17,50	582,86	6.994,36
TOTALES		6.890,00	837,14	574,17	413,67	574,17	287,08	9.576,22	114.914,62

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación

Tabla Nº 49 Sueldos más beneficios sociales del personal (AÑO 2)

SUELDO MÁS BENEFICIOS SOCIALES DEL PERSONAL									
AÑO 2									
No.-	Cargo	Sueldo	Aporte patronal (12,15%)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total Al Mes	Total Año 2
	SECCIÓN ADMINISTRATIVA								
1	Gerente	599,50	72,84	49,96	26,50	49,96	24,98	823,74	9.884,82
2	Secretaria	370,60	45,03	30,88	26,50	30,88	15,44	519,34	6.232,03
3	Administrador de R.R. H.H.	370,60	45,03	30,88	26,50	30,88	15,44	519,34	6.232,03
4	Tesorero	370,60	45,03	30,88	26,50	30,88	15,44	519,34	6.232,03
5	Contador	436,00	52,97	36,33	26,50	36,33	18,17	606,31	7.275,69
6	Conserje	327,00	39,73	27,25	26,50	27,25	13,63	461,36	5.536,27
	SECCIÓN OPERATIVA	-							
7	Asistente técnico 1	457,80	55,62	38,15	26,50	38,15	19,08	635,30	7.623,57
8	Asistente técnico 2	457,80	55,62	38,15	26,50	38,15	19,08	635,30	7.623,57
9	Asistente técnico 3	457,80	55,62	38,15	26,50	38,15	19,08	635,30	7.623,57
10	Consultor financiero 1	457,80	55,62	38,15	26,50	38,15	19,08	635,30	7.623,57
11	Consultor financiero 2	457,80	55,62	38,15	26,50	38,15	19,08	635,30	7.623,57
12	Consultor de marketing 1	457,80	55,62	38,15	26,50	38,15	19,08	635,30	7.623,57
13	Consultor de marketing 2	457,80	55,62	38,15	26,50	38,15	19,08	635,30	7.623,57
14	Consultor administrativo 1	457,80	55,62	38,15	26,50	38,15	19,08	635,30	7.623,57
15	Consultor administrativo 2	457,80	55,62	38,15	26,50	38,15	19,08	635,30	7.623,57
16	Consultor de proyectos 1	457,80	55,62	38,15	26,50	38,15	19,08	635,30	7.623,57
17	Consultor de proyectos 2	457,80	55,62	38,15	26,50	38,15	19,08	635,30	7.623,57
TOTALES		7.510,10	912,48	625,84	450,50	625,84	312,92	10.437,68	125.252,18

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación

Tabla Nº 50 Sueldos más beneficios sociales del personal (AÑO 3)

SUELDO MÁS BENEFICIOS SOCIALES DEL PERSONAL									
AÑO 3									
No.-	Cargo	Sueldo	Aporte patronal (12,15%)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total Al Mes	Total Año 3
	SECCIÓN ADMINISTRATIVA								
1	Gerente	653,46	79,39	54,45	28,92	54,45	27,23	897,90	10.774,83
2	Secretaria	403,95	49,08	33,66	28,92	33,66	16,83	566,11	6.793,30
3	Administrador de R.R. H.H.	403,95	49,08	33,66	28,92	33,66	16,83	566,11	6.793,30
4	Tesorero	403,95	49,08	33,66	28,92	33,66	16,83	566,11	6.793,30
5	Contador	475,24	57,74	39,60	28,92	39,60	19,80	660,91	7.930,88
6	Conserje	356,43	43,31	29,70	28,92	29,70	14,85	502,91	6.034,91
	SECCIÓN OPERATIVA	-							
7	Asistente técnico 1	499,00	60,63	41,58	28,92	41,58	20,79	692,51	8.310,07
8	Asistente técnico 2	499,00	60,63	41,58	28,92	41,58	20,79	692,51	8.310,07
9	Asistente técnico 3	499,00	60,63	41,58	28,92	41,58	20,79	692,51	8.310,07
10	Consultor financiero 1	499,00	60,63	41,58	28,92	41,58	20,79	692,51	8.310,07
11	Consultor financiero 2	499,00	60,63	41,58	28,92	41,58	20,79	692,51	8.310,07
12	Consultor de marketing 1	499,00	60,63	41,58	28,92	41,58	20,79	692,51	8.310,07
13	Consultor de marketing 2	499,00	60,63	41,58	28,92	41,58	20,79	692,51	8.310,07
14	Consultor administrativo 1	499,00	60,63	41,58	28,92	41,58	20,79	692,51	8.310,07
15	Consultor administrativo 2	499,00	60,63	41,58	28,92	41,58	20,79	692,51	8.310,07
16	Consultor de proyectos 1	499,00	60,63	41,58	28,92	41,58	20,79	692,51	8.310,07
17	Consultor de proyectos 2	499,00	60,63	41,58	28,92	41,58	20,79	692,51	8.310,07
TOTALES		8.186,01	994,60	682,17	491,58	682,17	341,08	11.377,61	136.531,33

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación

Tabla Nº 51 Sueldos más beneficios sociales del personal (AÑO 4)

SUELDO MÁS BENEFICIOS SOCIALES DEL PERSONAL									
AÑO 4									
No.-	Cargo	Sueldo	Aporte patronal (12,15%)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total Al Mes	Total Año 4
	SECCIÓN ADMINISTRATIVA								
1	Gerente	712,27	86,54	59,36	31,50	59,36	29,68	978,70	11.744,34
2	Secretaria	440,31	53,50	36,69	31,50	36,69	18,35	617,04	7.404,46
3	Administrador de R.R. H.H.	440,31	53,50	36,69	31,50	36,69	18,35	617,04	7.404,46
4	Tesorero	440,31	53,50	36,69	31,50	36,69	18,35	617,04	7.404,46
5	Contador	518,01	62,94	43,17	31,50	43,17	21,58	720,37	8.644,43
6	Conserje	388,51	47,20	32,38	31,50	32,38	16,19	548,15	6.577,82
	SECCIÓN OPERATIVA	-							
7	Asistente técnico 1	543,91	66,09	45,33	31,50	45,33	22,66	754,81	9.057,75
8	Asistente técnico 2	543,91	66,09	45,33	31,50	45,33	22,66	754,81	9.057,75
9	Asistente técnico 3	543,91	66,09	45,33	31,50	45,33	22,66	754,81	9.057,75
10	Consultor financiero 1	543,91	66,09	45,33	31,50	45,33	22,66	754,81	9.057,75
11	Consultor financiero 2	543,91	66,09	45,33	31,50	45,33	22,66	754,81	9.057,75
12	Consultor de marketing 1	543,91	66,09	45,33	31,50	45,33	22,66	754,81	9.057,75
13	Consultor de marketing 2	543,91	66,09	45,33	31,50	45,33	22,66	754,81	9.057,75
14	Consultor administrativo 1	543,91	66,09	45,33	31,50	45,33	22,66	754,81	9.057,75
15	Consultor administrativo 2	543,91	66,09	45,33	31,50	45,33	22,66	754,81	9.057,75
16	Consultor de proyectos 1	543,91	66,09	45,33	31,50	45,33	22,66	754,81	9.057,75
17	Consultor de proyectos 2	543,91	66,09	45,33	31,50	45,33	22,66	754,81	9.057,75
TOTALES		8.922,75	1.084,11	743,56	535,50	743,56	371,78	12.401,27	148.815,24

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación

Tabla Nº 52 Sueldos más beneficios sociales del personal (AÑO 5)

SUELDO MÁS BENEFICIOS SOCIALES DEL PERSONAL									
AÑO 5									
No.-	Cargo	Sueldo	Aporte patronal (12,15%)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total Al Mes	Total Año 5
	SECCIÓN ADMINISTRATIVA								
1	Gerente	776,37	94,33	64,70	34,33	64,70	32,35	1.066,78	12.801,31
2	Secretaria	479,94	58,31	39,99	34,33	39,99	20,00	672,57	8.070,85
3	Administrador de R.R. H.H.	479,94	58,31	39,99	34,33	39,99	20,00	672,57	8.070,85
4	Tesorero	479,94	58,31	39,99	34,33	39,99	20,00	672,57	8.070,85
5	Contador	564,63	68,60	47,05	34,33	47,05	23,53	785,20	9.422,41
6	Conserje	423,47	51,45	35,29	34,33	35,29	17,64	597,48	7.169,81
	SECCIÓN OPERATIVA	-							
7	Asistente técnico 1	592,86	72,03	49,41	34,33	49,41	24,70	822,74	9.872,93
8	Asistente técnico 2	592,86	72,03	49,41	34,33	49,41	24,70	822,74	9.872,93
9	Asistente técnico 3	592,86	72,03	49,41	34,33	49,41	24,70	822,74	9.872,93
10	Consultor financiero 1	592,86	72,03	49,41	34,33	49,41	24,70	822,74	9.872,93
11	Consultor financiero 2	592,86	72,03	49,41	34,33	49,41	24,70	822,74	9.872,93
12	Consultor de marketing 1	592,86	72,03	49,41	34,33	49,41	24,70	822,74	9.872,93
13	Consultor de marketing 2	592,86	72,03	49,41	34,33	49,41	24,70	822,74	9.872,93
14	Consultor administrativo 1	592,86	72,03	49,41	34,33	49,41	24,70	822,74	9.872,93
15	Consultor administrativo 2	592,86	72,03	49,41	34,33	49,41	24,70	822,74	9.872,93
16	Consultor de proyectos 1	592,86	72,03	49,41	34,33	49,41	24,70	822,74	9.872,93
17	Consultor de proyectos 2	592,86	72,03	49,41	34,33	49,41	24,70	822,74	9.872,93
TOTALES		9.725,80	1.181,68	810,48	583,67	810,48	405,24	13.517,36	162.208,27

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación

7.3.1.2 Gastos Transporte.

Tabla N° 53 Gastos Transporte

Gastos Transporte (Visita a clientes)							
Descripción	Total al día	Total Mes	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
SECCIÓN OPERATIVA							
Asistente técnico 1	4,00	80,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Asistente técnico 2	4,00	80,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Asistente técnico 3	4,00	80,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Consultor financiero 1	4,00	80,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Consultor financiero 2	4,00	80,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Consultor de marketing 1	4,00	80,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Consultor de marketing 2	4,00	80,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Consultor administrativo 1	4,00	80,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Consultor administrativo 2	4,00	80,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Consultor de proyectos 1	4,00	80,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Consultor de proyectos 2	4,00	80,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
TOTALES		880,00	10.560,00	11.131,30	11.733,50	12.368,28	13.037,41

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación

Nota: La proyección de gastos de transporte, se realizó en base a la tasa de inflación del 5.41% con la que Ecuador cerró el año 2011.

Los valores de gasto transporte están destinados para el personal operativo de la empresa, quienes deberán movilizarse hasta el cliente para realizar la promoción y la prestación de servicios en la mayoría de los casos, es por esto que se destina un valor de 4,00 dólares diarios para cubrir el gasto por esta actividad.

7.3.1.3 Suministros de oficina.

Tabla Nº 54 Suministros de oficina

Suministros de oficina												
Descripción	Medida	V Unit	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
			Cant.	V. Total	Cant.	V. Total	Cant.	V. Total	Cant.	V. Total	Cant.	V. Total
Papelería												
Hojas membretadas	Millar	50,00	1	50,00	1	52,71	1	55,56	1	58,56	1	61,73
Sobres membretados	Cientos	9,00	6	54,00	6	56,92	6	60,00	6	63,25	6	66,67
Sobres de Manila	Unidad	0,21	300	63,00	300	66,41	300	70,00	300	73,79	300	77,78
Carpetas Membretadas	Unidad	0,55	125	68,75	125	72,47	125	76,39	125	80,52	125	84,88
Resma de papel (500 hojas)	Unidad	4,82	40	192,80	40	203,23	40	214,23	40	225,81	40	238,03
Materiales de Oficina						-		-		-		-
Esferos (caja 24 unid.)	Caja	5,28	9	47,52	9	50,09	9	52,80	9	55,66	9	58,67
Lápices (caja 24 unid.)	Caja	5,28	9	47,52	9	50,09	9	52,80	9	55,66	9	58,67
Borradores (caja 50 unid.)	Caja	4,00	3	12,00	3	12,65	3	13,33	3	14,05	3	14,82
Sellos	Unidad	6,50	22	143,00	22	150,74	22	158,89	22	167,49	22	176,55
Cd (caja 100 unid.)	Caja	12,00	2	24,00	2	25,30	2	26,67	2	28,11	2	29,63
Cartuchos	Unidad	4,00	88	352,00	88	371,04	88	391,12	88	412,28	88	434,58
Grapadoras	Unidad	1,10	17	18,70	17	19,71	17	20,78	17	21,90	17	23,09
Grapas (caja 1.000 unid.)	Caja	1,05	11	11,55	11	12,17	11	12,83	11	13,53	11	14,26
Perforadora	Unidad	2,65	17	45,05	17	47,49	17	50,06	17	52,76	17	55,62
Clips (caja 200 unid.)	Caja	1,05	11	11,55	11	12,17	11	12,83	11	13,53	11	14,26
Cinta adhesiva	Unidad	0,25	11	2,75	11	2,90	11	3,06	11	3,22	11	3,40
Archivadores	Unidad	3,35	72	241,20	72	254,25	72	268,00	72	282,50	72	297,79
Carpetas	Unidad	0,34	180	61,20	180	64,51	180	68,00	180	71,68	180	75,56
Otros		40,00	1	40,00	1	42,16	1	44,45	1	46,85	1	49,38
TOTALES				1.486,59		1.567,01		1.651,79		1.741,15		1.835,35

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación

Nota: La proyección de suministros de oficina, se realizó en base a la tasa de inflación del 5.41% con la que Ecuador cerró el año 2011. Se estimó según las necesidades de la empresa los suministros de oficina para los varios departamentos de AGRO-RED.

7.3.1.4 Suministros de limpieza.

Tabla Nº 55 Suministros de Limpieza

Suministros de Limpieza							
Descripción	Total Mensual	Total Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de Limpieza	40,00	480,00	480,00	505,97	533,34	562,19	592,61
TOTALES	40,00	480,00	480,00	505,97	533,34	562,19	592,61

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación

Nota: La proyección de suministros de limpieza, se realizó en base a la tasa de inflación del 5.41% con la que Ecuador cerró el año 2011. Para el suministro de limpieza está destinado cuarenta dólares mensuales para la compra de estos productos.

7.3.1.5 Depreciaciones.

Tabla Nº 56 Depreciaciones

Depreciaciones (Valores Totales)					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de oficina	119,60	119,60	119,60	119,60	119,60
Equipos de computación	4.203,33	4.203,33	4.203,33	4.923,11	4.923,11
Muebles y enseres	594,90	594,90	594,90	594,90	594,90
TOTALES	4.917,83	4.917,83	4.917,83	5.637,61	5.637,61

Elaborado por: El autor
Fuente: Fuente Tablas Nº 57, 58, 59 y 60.

Depreciación:

“Los activos fijos pierden su valor por el uso o por la obsolescencia, disminuyendo su potencial de servicio. Depreciación es el proceso de asignar el gasto al valor de un activo de planta o activo fijo, durante el período en que se usa el activo”.³¹

Detalle de Depreciaciones:

Tabla Nº 57 Depreciación Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA				
Valor de Adquisición: \$ 1.196,00 Valor Residual: \$ 0,00 Método de depreciación: Línea Recta				
Periodo	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros	
0			1.196,00	
1	119,60	119,60	1.076,40	
2	119,60	239,20	956,80	
3	119,60	358,80	837,20	
4	119,60	478,40	717,60	
5	119,60	598,00	598,00	Valor de Salvamento 5to Año
6	119,60	717,60	478,40	
7	119,60	837,20	358,80	
8	119,60	956,80	239,20	
9	119,60	1076,40	119,60	
10	119,60	1196,00	-	

Nota: Se tomó el 10% para la depreciación de equipos de oficina.

³¹ Mercedes Bravo Valdivieso Contabilidad General 2009 pág. 249

Tabla N° 58 Depreciación Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Valor de Adquisición: \$ 12.610,00 Valor Residual: \$ 0,00 Método de depreciación: Línea Recta			
Periodo	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			12.610,00
1	4.203,33	4203,33	8.406,67
2	4.203,33	8406,67	4.203,33
3	4.203,33	12610,00	-

Nota: Se tomó el 33.33% para la depreciación de equipos de computación.

**Tabla N° 59 Reinversión del equipo de computación
(Año 4 del proyecto) (Depreciación)**

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Valor de Adquisición: \$ 14.769,32 Valor Residual: \$ 0,00 Método de depreciación: Línea Recta			
Periodo	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			14.769,32
1	4.923,11	4923,11	9.846,21
2	4.923,11	9846,21	4.923,11
3	4.923,11	14769,32	-

Valor de Salvamento
5to Año

Nota: En el cuarto año se realiza la reinversión de equipos de computación debido a la depreciación y obsolescencia de los mismos.

Tabla N° 60 Depreciación Muebles Y Enseres

MUEBLES Y ENSERES				
Valor de Adquisición: \$ 5.949,00 Valor Residual: \$ 0,00 Método de depreciación: Línea Recta				
Periodo	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros	
0			5.949,00	
1	594,90	594,90	5.354,10	
2	594,90	1189,80	4.759,20	
3	594,90	1784,70	4.164,30	
4	594,90	2379,60	3.569,40	
5	594,90	2974,50	2.974,50	Valor de Salvamento 5to Año
6	594,90	3569,40	2.379,60	
7	594,90	4164,30	1.784,70	
8	594,90	4759,20	1.189,80	
9	594,90	5354,10	594,90	
10	594,90	5949,00	-	

Nota: Se tomó el 10% para la depreciación de muebles y enseres.

7.3.1.6 Amortizaciones.

“La amortización de los gastos pre-operacionales, de organización y constitución; de los costos y gastos acumulados en la investigación, experimentación y desarrollo de nuevos productos o sistemas y procedimientos; en la instalación y puesta en marcha de plantas industriales o sus ampliaciones. Estas amortizaciones se efectuarán en un periodo no inferior de 5 años en porcentajes iguales, a partir del primer año en que el contribuyente genere ingresos operacionales”.³²

Tabla Nº 61 Amortizaciones

Amortizaciones						
Descripción	TOTAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de instalación puesta en Marcha	2.800,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Gastos de Constitución	700,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
TOTALES	3.500,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación

7.3.1.7 Arriendos.

Tabla Nº 62 Arriendos

Arriendos							
Descripción	Total Mensual	Total Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	800,00	9.600,00	9.600,00	10.119,36	10.666,82	11.243,89	11.852,19
TOTALES	800,00	9.600,00	9.600,00	10.119,36	10.666,82	11.243,89	11.852,19

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación

³² Mercedes Bravo Valdivieso Contabilidad General 2009 pág. 266

Nota: La proyección de arriendos, se realizó en base a la tasa de inflación del 5.41% con la que Ecuador cerró el año 2011

7.3.1.8 Servicios básicos.

Tabla Nº 63 Servicios Básicos

Servicios Básicos							
Descripción	Total Mensual	Total Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua Potable	40	480,00	480,00	505,97	533,34	562,19	592,61
Luz Eléctrica	90	1.080,00	1.080,00	1.138,43	1.200,02	1.264,94	1.333,37
Teléfono	80	960,00	960,00	1.011,94	1.066,68	1.124,39	1.185,22
Internet	50	600,00	600,00	632,46	666,68	702,74	740,76
TOTALES	260	3.120,00	3.120,00	3.288,79	3.466,72	3.654,26	3.851,96

Elaborado por: El autor
Fuente: Investigación

Nota: La proyección de servicios básicos, se realizó en base a la tasa de inflación del 5.41% con la que Ecuador cerró el año 2011

7.3.1.9 Mantenimiento de equipos de computación.

Tabla N° 64 Mantenimiento de Equipos de Computación

Mantenimiento Equipos de Computación								
Descripción	Valor Unitario	# de Equipos	Total Trimestral	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Mantenimiento	35,00	16	560,00	2.240,00	2.361,18	2.488,92	2.623,57	2.765,51
TOTALES			560,00	2.240,00	2.361,18	2.488,92	2.623,57	2.765,51

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación

Nota: La proyección de mantenimiento de equipos de computación, se realizó en base a la tasa de inflación del 5.41% con la que Ecuador cerró el año 2011

7.3.1.10 Publicidad.

Tabla N° 65 Publicidad

Publicidad							
Descripción	Total Mensual	Total Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	120	1.440,00	1.440,00	1.517,90	1.600,02	1.686,58	1.777,83
TOTALES	120	1.440,00	1.440,00	1.517,90	1.600,02	1.686,58	1.777,83

Elaborado por: El autor

Fuente: Investigación

Nota: La proyección de publicidad, se realizó en base a la tasa de inflación del 5.41% con la que Ecuador cerró el año 2011

7.4 Capital de trabajo.

“Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo corriente y pasivo el corriente. Desde la perspectiva práctica, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activos fijo y diferidos) con que hay que contar para que empiece funcionar la empresa; hay que financiar las primeras operaciones antes de recibir ingresos”.³³

El capital de trabajo está representado por el dinero con el que deberá contar la empresa para cumplir su primer ciclo de funcionamiento antes de percibir ingresos por los servicios prestados.

7.4.1 Determinación del capital de trabajo, mediante el método de desfase.

Este método consiste en determinar la cuantía de la realización de los costos de operación hasta que se recauda el ingreso por servicios prestados, que se destinará a financiar el período de desfase que se presenta durante la ejecución costos operativos y el recaudo de ingresos operacionales.³⁴

Fórmula (Según lo indicado por Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain):

$$CT = \frac{(\text{Total costos y gastos}) - (\text{depreciación} + \text{amortización})}{360} * 30$$

$$CT = \frac{(149.459,04) - (4.917,83 + 700,00)}{360} * 30$$

$$CT = \frac{143.981,21}{360} * 30$$

$$CT = 11.986,77 \text{ (Capital de trabajo)}$$

³³ Gabriel Baca Urbina; Evaluación de proyectos, 2006; Pág. 176

³⁴ Nassir Sapag Chain y Reinaldo Preparación y Evaluación de Proyectos. segunda edición. Pág. 267.

Puesto de otra manera el capital de trabajo cubrirá los gastos operacionales mensuales por el desfase de incurrir en gastos operativos y recibir ingresos por la prestación de servicios. Los gastos operativos mensuales se muestran en la siguiente tabla:

Tabla N° 66 Gastos operacionales mensuales

Gastos operacionales mensuales	Valor
Gerente	755,74
Secretaria	476,48
Administrador de R.R. H.H.	476,48
Tesorero	476,48
Contador	556,27
Conserje	423,28
Asistente técnico 1	582,86
Asistente técnico 2	582,86
Asistente técnico 3	582,86
Consultor financiero 1	582,86
Consultor financiero 2	582,86
Consultor de marketing 1	582,86
Consultor de marketing 2	582,86
Consultor administrativo 1	582,86
Consultor administrativo 2	582,86
Consultor de proyectos 1	582,86
Consultor de proyectos 2	582,86
Transporte	880,00
Suministros de oficina	123,88
Suministros de limpieza	40,00
Arriendos	800,00
Agua Potable	40,00
Luz Eléctrica	90,00
Teléfono	80,00
Internet	50,00
Mantenimiento Equipos de Computación	186,67
Publicidad	120,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	11.986,77

Elaborado por: El autor
Fuente: Tabla N° 47

7.5 Inversión para el proyecto.

En la siguiente tabla se indica el valor total a invertir para el proyecto; por concepto de propiedad, planta y equipo, otros activos y capital de trabajo:

Tabla N° 67 Inversión del proyecto

INVERSIÓN PARA EL PROYECTO	
DETALLE	DÓLARES
INVERSIÓN EN PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	19.755,00
(+) OTROS ACTIVOS	3.500,00
(=) TOTAL INVERSIÓN EN PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO Y OTROS ACTIVOS.	23.255,00
(+) CAPITAL DE TRABAJO	11.986,77
(=) TOTAL INVERSIÓN DEL PROYECTO	35.241,77

Elaborado por: El autor
Fuente: Tabla N° 45, 46 y 66

El financiamiento está conformado por el aporte de dos socios; al ser la inversión relativamente baja no se recurre a financiar el proyecto mediante un crédito para no generar gastos por intereses bancarios.

7.6 Estructura del capital.

Tabla N° 68 Estructura del Capital

Estructura del Capital	Descripción	Cédula de identidad	Monto Aportado	Porcentaje
			Dólares	
Aporte socio 1	Sr. Carlos Serna	1720774502	17.621,00	50%
Aporte socio 2	Sr. Luis Serna	0501001606	17.621,00	50%
TOTAL FINANCIAMIENTO			35.242,00	100%

Elaborado por: El autor
Fuente: Tabla N° 67

En el cronograma de inversión; al inicio del proyecto se realiza la inversión por un monto de 35.242,00 dólares; mientras que en el año 4to se efectúa la reinversión de equipos de computación por efectos de depreciación y obsolescencia por un valor de 14.769,00 dólares.

7.6.1 Cronograma de inversión.

Tabla N° 69 Cronograma de Inversión

CRONOGRAMA DE INVERSIÓN						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Inversiones						
Propiedad, planta y equipo		-	-	-	-	-
Equipos de oficina	1.196,00	-	-	-	-	-
Equipos de computación	12.610,00	-	-	-	14.769,32	-
Muebles y enseres	5.949,00	-	-	-	-	-
Total Propiedad, planta y equipo	19.755,00	-	-	-	14.769,32	-
Otros activos		-	-	-	-	-
Gastos de instalación y puesta en marcha	2.800,00					
Gastos de constitución	700,00	-	-	-	-	-
Total otros activos	3.500,00	-	-	-	-	-
Total Inversiones	23.255,00	-	-	-	-	-
Capital De Trabajo	11.986,77	-	-	-	-	-
Total Inversión + Capital De Trabajo	35.241,77	-	-	-	14.769,32	-

Elaborado por: El autor

Fuente: Tabla N° 45, 46, 59 y 66

7.7 Presupuesto de ingresos.

En la determinación del presupuesto de ingresos se tomó el precio de 11,25 dólares por cada hora de servicio de AGRO-RED; multiplicado por el número de profesionales que brinden el servicio y 117 horas de horas de trabajo mensuales, es decir el 73% (*) de 160 horas disponibles de cada mes, (obtenido del estudio de mercado, en la determinación de las horas demandadas cada mes). El 73% deja libre un 27% de horas en el mes que corresponden a 43 horas; tiempo utilizable para el personal operativo en realizar visitas al cliente y promocionar los servicios de la empresa; puesto que de esta forma se puede mantener un nivel aceptable de demanda.

Tabla N° 70 Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS									
TIPO DE SERVICIO	Valor por hora de servicio	# del personal operativo	73% (*) de Horas de Trabajo al Mes	Valor Mensual	Valor Año 1	Valor Año 2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
Asistencia técnica	11,25	3	117	3.948,75	47.385,00	52.123,50	57.335,85	63.069,44	69.376,38
Consultoría financiera	11,25	2	117	2.632,50	31.590,00	34.749,00	38.223,90	42.046,29	46.250,92
Consultoría en marketing	11,25	2	117	2.632,50	31.590,00	34.749,00	38.223,90	42.046,29	46.250,92
Consultoría administrativa	11,25	2	117	2.632,50	31.590,00	34.749,00	38.223,90	42.046,29	46.250,92
Consultoría de proyectos	11,25	2	117	2.632,50	31.590,00	34.749,00	38.223,90	42.046,29	46.250,92
TOTALES				14.478,75	173.745,00	191.119,50	210.231,45	231.254,60	254.380,05

Elaborado por: El autor

Fuente: Estudio de mercado; demanda anual en horas de servicio (*)

7.8 Estados de resultado proyectado.

EMPRESA AGRO-RED					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES					
Ingresos por servicios prestados	173.745,00	191.119,50	210.231,45	231.254,60	254.380,05
(-) GASTOS OPERACIONALES					
Gastos administrativos					
Sueldos y salarios	82.680,00	90.121,20	98.232,11	107.073,00	116.709,57
Beneficios sociales	22.189,00	24.181,25	26.364,02	28.732,87	31.318,49
Aporte patronal	10.045,62	10.949,73	11.935,20	13.009,37	14.180,21
Transporte	10.560,00	11.131,30	11.733,50	12.368,28	13.037,41
Suministros de oficina	1.486,59	1.567,01	1.651,79	1.741,15	1.835,35
Suministros de limpieza	480,00	505,97	533,34	562,19	592,61
Depreciación equipos de oficina	119,60	119,60	119,60	119,60	119,60
Depreciación computación	4.203,33	4.203,33	4.203,33	4.923,11	4.923,11
Depreciación muebles y enseres	594,90	594,90	594,90	594,90	594,90
Amort. Gastos de instalación y puesta en marcha	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
Amort. Gastos de Constitución	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Arriendos	9.600,00	10.119,36	10.666,82	11.243,89	11.852,19
Servicios Básicos	3.120,00	3.288,79	3.466,72	3.654,26	3.851,96
Mantenimiento Equipos de Computación	2.240,00	2.361,18	2.488,92	2.623,57	2.765,51
Gastos de venta					
Publicidad	1.440,00	1.517,90	1.600,02	1.686,58	1.777,83
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	24.285,96	29.757,97	35.941,17	42.221,80	50.121,33
15% Participación a Trabajadores	3.642,89	4.463,70	5.391,18	6.333,27	7.518,20
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	20.643,06	25.294,28	30.550,00	35.888,53	42.603,13
25% Impuesto a la Renta	5.160,77	6.323,57	7.637,50	8.972,13	10.650,78
(=) UTILIDAD NETA	15.482,30	18.970,71	22.912,50	26.916,40	31.952,34

El estado de resultados proyectado

“La finalidad del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la empresa y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la empresa y los impuestos que deba pagar”.³⁵

El estado de resultados proyectado de la empresa de proyecto, AGRO-RED, muestra que todos los años se obtiene utilidad por las diferentes operaciones de servicio que brinde la empresa, dándonos una idea general de la rentabilidad del proyecto.

La proyección del estado de resultados, servirá de base para la elaboración del flujo neto de fondos del proyecto.

7.9 Flujo neto de fondos.

“La proyección del flujo de fondos constituye uno de los elementos más importantes del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. La información básica para realizar esta proyección está contenida tanto en los estudios de mercado, técnico y organizacional. Al proyectar el flujo de caja será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, amortización, valor de salvamento, de las utilidades o pérdidas”³⁶

Luego de la determinación del flujo neto de fondos del proyecto, se tendrá los valores necesarios para desarrollar el estudio de la evaluación económica; este análisis permitirá tomar la decisión de aceptar o no invertir en el presente proyecto.

³⁵ Gabriel Baca Urbina Evaluación de proyectos, 2006 Pág. 181

³⁶ Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain; Preparación Y Evaluación De Proyectos, 2007 Pág. 291

EMPRESA AGRO-RED						
FLUJO NETO DE FONDOS DEL PROYECTO						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
A. FLUJO DE BENEFICIOS						
Ingresos		173.745,00	191.119,50	210.231,45	231.254,60	254.380,05
Valor de salvamento						8.495,61
Recuperación Capital de Trabajo						11.986,77
TOTAL FLUJO DE BENEFICIOS	-	173.745,00	191.119,50	210.231,45	231.254,60	274.862,43
B. FLUJOS DE GASTOS						
Inversión Fija	19.755,00					
Inversión Diferida	3.500,00					
Capital de Trabajo	11.986,77					
Gastos Administrativos		142.401,21	154.225,79	167.072,42	181.008,60	196.143,29
Gastos Ventas		1.440,00	1.517,90	1.600,02	1.686,58	1.777,83
TOTAL FLUJO DE GASTOS	35.241,77	143.841,21	155.743,69	168.672,44	182.695,19	197.921,12
FLUJO ECONÓMICO (A – B)	- 35.241,77	29.903,79	35.375,81	41.559,01	48.559,41	76.941,31
(-) Reinversión					- 14.769,32	
(-) 15%Participación de Trabajadores		- 3.642,89	- 4.463,70	- 5.391,18	- 6.333,27	- 7.518,20
(-) 25% Impuesto a la Renta		- 5.160,77	- 6.323,57	- 7.637,50	- 8.972,13	- 10.650,78
SUMAN		- 8.803,66	- 10.787,27	- 13.028,68	- 30.074,72	- 18.168,98
FLUJO FINANCIERO	- 35.241,77	21.100,13	24.588,54	28.530,33	18.484,69	58.772,33

7.10 Análisis del VAN, TIR, períodos de recuperación y puntos de equilibrio.

“El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de factibilidad de un proyecto. En este momento surge el problema sobre el método de análisis que se empleará para comprobar la rentabilidad económica del proyecto. Se sabe que el dinero disminuye su valor real con el paso del tiempo. Esto implica que el método de análisis empleado deberá tomar en cuenta este cambio de valor real a través del tiempo.”³⁷

7.10.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

Antes de iniciar la evaluación económica del proyecto se determino la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) que se será utilizada para el cálculo del valor actual neto (VAN); esta tasa se detalla en la siguiente tabla:

Tabla Nº 71 Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento (TMAR)

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR)	
Tasa de interés en inversiones bancarias	4,50%
Riesgo país	8,73%
Inflación	5,41%
Tasa mínima aceptable de rendimiento	18,64%

Elaborado por: El autor
Fuente: Banco Central de Ecuador

³⁷ Gabriel Baca Urbina Evaluación de proyectos, 2006 Pág. 220

7.10.2 Análisis VAN.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. El valor actual neto es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, claro, se debe considerar el valor mínimo de rendimiento para la inversión.³⁸

Fórmula del VAN:

$$VAN = -P + \frac{FEF_1}{(1+i)^1} + \frac{FEF_2}{(1+i)^2} + \frac{FEF_3}{(1+i)^3} + \frac{FEF_4}{(1+i)^4} + \frac{FEF_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -35.241,77 + \frac{21.100,13}{(1+18,64\%)^1} + \frac{24.588,54}{(1+18,64\%)^2} + \frac{28.530,33}{(1+18,64\%)^3} + \frac{18.484,69}{(1+18,64\%)^4} + \frac{58.772,33}{(1+18,64\%)^5}$$

$$VAN = -35.241,77 + \frac{21.100,13}{1,19} + \frac{24.588,54}{1,41} + \frac{28.530,33}{1,67} + \frac{18.484,69}{1,98} + \frac{58.772,33}{2,35}$$

$$VAN = -35.241,77 + 17.785,01 + 17.469,10 + 17.084,94 + 9.330,13 + 25.004,44$$

$$VAN = 51.431,84$$

El VAN del proyecto es 51.431,84; lo indica que el proyecto es bastante rentable, puesto que el VAN es muy superior a cero, con el descuento de la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) del 18.64%.

³⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_netto

7.10.3 Análisis TIR.

“El criterio de la tasa interna de retorno (TIR), evalúa al proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual” ³⁹

Fórmula del TIR:

$$P = -\frac{FEF_1}{(1+i)^1} + \frac{FEF_2}{(1+i)^2} + \frac{FEF_3}{(1+i)^3} + \frac{FEF_4}{(1+i)^4} + \frac{FEF_5}{(1+i)^5}$$

En donde:

P= Inversión

FNE= Flujo de fondos

i= incógnita de la ecuación

Con la utilización del Microsoft Excel; se determinó que la tasa interna de retorno es:

TIR = 65.45%

Reemplazando en la fórmula anterior, para igualar la ecuación a cero y comprobar el cálculo del TIR tenemos:

Fórmula del TIR:

$$P = -\frac{FEF_1}{(1+i)^1} + \frac{FEF_2}{(1+i)^2} + \frac{FEF_3}{(1+i)^3} + \frac{FEF_4}{(1+i)^4} + \frac{FEF_5}{(1+i)^5}$$

³⁹ Nasir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain Preparación y Evaluación de Proyectos; Segunda edición. Pág. 272.

Desarrollo:

$$-35241,77 = - \frac{21.100,13}{(1+65,45\%)^1} + \frac{24.588,54}{(1+65,45\%)^2} + \frac{28.530,33}{(1+65,45\%)^3} + \frac{18.484,69}{(1+65,45\%)^4} + \frac{58.772,33}{(1+65,45\%)^5}$$

$$0 = - 35.241,77 - \frac{21.100,13}{1,65} + \frac{24.588,54}{2,74} + \frac{28.530,33}{4,53} + \frac{18.484,69}{7,49} + \frac{58.772,33}{12,40}$$

$$0 = - 35.241,77 - 12.753,03 + 8.982,33 + 6.299,28 + 2.466,75 + 4.740,38$$

$$0 = 0$$

El porcentaje del 65.45% de la tasa interna de retorno (TIR) es un valor muy aceptable puesto que supera altamente la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) del 18.64%; lo que nos indica que el proyecto es rentable según el análisis TIR.

7.10.4 Período de recuperación.

“Mediante el período de recuperación se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el números de periodos aceptables por la empresa”.⁴⁰

Tabla N° 72 Período de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
AÑO	FLUJO DE FONDOS	FLUJO ACUMULADO
0	(35.241,77)	-
1	21.100,13	21.100,13
2	24.588,54	45.688,67
3	28.530,33	74.219,00
4	18.484,69	92.703,69
5	58.772,33	151.476,02

Recupera la inversión en:

1 año 6 meses y 27 días

La inversión se recupera en 1 año, 6 meses y 27 días; siendo un período corto en el cual se recupera la inversión, esto se debe a que la inversión es relativamente baja por no existir la construcción de un edificio para la empresa por ejemplo y al nivel aceptable de ingresos que se presenta en el flujo de fondos neto del proyecto.

7.10.5 Punto de equilibrio.

“El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”.⁴¹

Costos Fijos.

“Los costos fijos son aquellos que son independientes del volumen de producción”.⁴²

Costos variables.

⁴⁰ Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain; Preparación Y Evaluación De Proyectos, 2007 quinta edición pág. 329

⁴¹ Gabriel Baca Urbina Evaluación de proyectos, 2006 Pág. 180

⁴² Gabriel Baca Urbina Evaluación de proyectos, 2006 Pág. 181

Los costos directos o variables son los que varían directamente con el volumen de producción; aunque algunos costos como gastos de oficina pueden asignarse a ambas categorías.⁴³

Según los gastos operacionales del proyecto se los clasificó de la siguiente forma:

Tabla Nº 73 Gastos operacionales (AÑO 1)

AÑO 1			
DETALLE	Costo Total	Costo Variable	Costo Fijo
Sueldos y salarios	82.680,00		82.680,00
Beneficios sociales	22.189,00		22.189,00
Aporte patronal	10.045,62		10.045,62
Transporte	10.560,00		10.560,00
Suministros de oficina	1.486,59	966,28	520,31
Suministros de limpieza	480,00		480,00
Depreciación equipos de oficina	119,60		119,60
Depreciación computación	4.203,33		4.203,33
Depreciación muebles y enseres	594,90		594,90
Amort. Gastos de instalación y puesta en marcha	560,00		560,00
Amort. Gastos de Constitución	140,00		140,00
Arriendos	9.600,00		9.600,00
Servicios Básicos	3.120,00	702,00	2.418,00
Mantenimiento Equipos de Computación	2.240,00		2.240,00
Publicidad	1.440,00		1.440,00
COSTOS TOTALES		1.668,28	147.790,76

Nota: La empresa propuesta, AGRO-RED, presenta la mayoría de sus costos como fijos, debido a que dentro de las operaciones de prestación de servicios de la empresa un gran número de gastos se identificaron de esta manera. Sin embargo se pudo determinar que los suministros de oficina constan de una parte variable y otra fija; así como la luz eléctrica dentro del rubro de servicios básicos, porque estos gastos están relacionados con la demanda de servicios ya que a mayor demanda mayor consumo y viceversa. La parte variable de los suministro de oficina y de luz eléctrica se la obtuvo aplicando una cuota de reparto del 65%; para asignar el valor al área operativa y el 35% al área administrativa, (Obtenida de dividir el número total del personal de servicios para el total del personal de la empresa, es decir 11/17) de esta forma se obtuvo el valor del costo variable.

⁴³ Gabriel Baca Urbina Evaluación de proyectos, 2006 Pág. 181

Tabla Nº 74 Gastos operacionales (AÑO 2)

AÑO 2			
DETALLE	Costo Total	Costo Variable	Costo Fijo
Sueldos y salarios	90.121,20		90.121,20
Beneficios sociales	24.181,25		24.181,25
Aporte patronal	10.949,73		10.949,73
Transporte	11.131,30		11.131,30
Suministros de oficina	1.567,01	1.018,56	548,46
Suministros de limpieza	505,97		505,97
Depreciación equipos de oficina	119,60		119,60
Depreciación computación	4.203,33		4.203,33
Depreciación muebles y enseres	594,90		594,90
Amort. Gastos de instalación y puesta en marcha	560,00		560,00
Amort. Gastos de Constitución	140,00		140,00
Arriendos	10.119,36		10.119,36
Servicios Básicos	3.288,79	739,98	2.548,81
Mantenimiento Equipos de Computación	2.361,18		2.361,18
Publicidad	1.517,90		1.517,90
COSTOS TOTALES		1.758,54	159.602,99

Tabla Nº 75 Gastos operacionales (AÑO 3)

AÑO 3			
DETALLE	Costo Total	Costo Variable	Costo Fijo
Sueldos y salarios	98.232,11		98.232,11
Beneficios sociales	26.364,02		26.364,02
Aporte patronal	11.935,20		11.935,20
Transporte	11.733,50		11.733,50
Suministros de oficina	1.651,79	1.073,66	578,13
Suministros de limpieza	533,34		533,34
Depreciación equipos de oficina	119,60		119,60
Depreciación computación	4.203,33		4.203,33
Depreciación muebles y enseres	594,90		594,90
Amort. Gastos de instalación y puesta en marcha	560,00		560,00
Amort. Gastos de Constitución	140,00		140,00
Arriendos	10.666,82		10.666,82
Servicios Básicos	3.466,72	780,01	2.686,70
Mantenimiento Equipos de Computación	2.488,92		2.488,92
Publicidad	1.600,02		1.600,02
COSTOS TOTALES		1.853,67	172.436,60

Tabla Nº 76 Gastos operacionales (AÑO 4)

AÑO 4			
DETALLE	Costo Total	Costo Variable	Costo Fijo
Sueldos y salarios	107.073,00		107.073,00
Beneficios sociales	28.732,87		28.732,87
Aporte patronal	13.009,37		13.009,37
Transporte	12.368,28		12.368,28
Suministros de oficina	1.741,15	1.131,75	609,40
Suministros de limpieza	562,19		562,19
Depreciación equipos de oficina	119,60		119,60
Depreciación computación	4.923,11		4.923,11
Depreciación muebles y enseres	594,90		594,90
Amort. Gastos de instalación y puesta en marcha	560,00		560,00
Amort. Gastos de Constitución	140,00		140,00
Arriendos	11.243,89		11.243,89
Servicios Básicos	3.654,26	822,21	2.832,06
Mantenimiento Equipos de Computación	2.623,57		2.623,57
Publicidad	1.686,58		1.686,58
COSTOS TOTALES		1.953,96	187.078,83

Tabla Nº 77 Gastos operacionales (AÑO 5)

AÑO 5			
DETALLE	Costo Total	Costo Variable	Costo Fijo
Sueldos y salarios	116.709,57		116.709,57
Beneficios sociales	31.318,49		31.318,49
Aporte patronal	14.180,21		14.180,21
Transporte	13.037,41		13.037,41
Suministros de oficina	1.835,35	1.192,98	642,37
Suministros de limpieza	592,61		592,61
Depreciación equipos de oficina	119,60		119,60
Depreciación computación	4.923,11		4.923,11
Depreciación muebles y enseres	594,90		594,90
Amort. Gastos de instalación y puesta en marcha	560,00		560,00
Amort. Gastos de Constitución	140,00		140,00
Arriendos	11.852,19		11.852,19
Servicios Básicos	3.851,96	866,69	2.985,27
Mantenimiento Equipos de Computación	2.765,51		2.765,51
Publicidad	1.777,83		1.777,83
COSTOS TOTALES		2.059,67	202.199,06

Fórmula del punto de equilibrio:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)} = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{INGRESOS POR SERVICIOS}}}$$

Tabla N° 78 Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO.					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos Anuales	173.745,00	191.119,50	210.231,45	231.254,60	254.380,05
Costos Fijos	147.790,76	159.602,99	172.436,60	187.078,83	202.199,06
Costos Variables	1.668,28	1.758,54	1.853,67	1.953,96	2.059,67
Costo Total	149.459,04	161.361,53	174.290,28	189.032,79	204.258,73
Punto de Equilibrio en Dólares	149.223,59	161.085,17	173.970,55	188.673,00	203.849,59

La tabla anterior muestra cual debería ser nuestro nivel mínimo de ingresos totales al año, para cubrir los costos totales de AGRO-RED, de esta forma se sabe que nuestros ingresos no deben estar por debajo de estos montos, porque que de lo contrario causarían pérdida para la empresa.

Punto de equilibrio en horas de servicio (año 1)

Para obtener el número de horas de servicio que la empresa debería prestar para estar en el punto de equilibrio del año 1 se obtuvo mediante la siguiente formula.

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (unid.)} = \frac{\text{COSTO FIJO}}{P_{su} - C_{vu}}$$

En donde:

Costo fijo = Costo fijo anual

Psu = Precio por servicios unitario

Cvu = Costo variable unitario

Desarrollo de la fórmula:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (unid.)} = \frac{147.790,76}{123,75 - 1,19}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (unid.)} = \frac{147.790,76}{122,5618}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO (unid.)} = 1.205,85 \text{ Horas de servicio (año 1)}$$

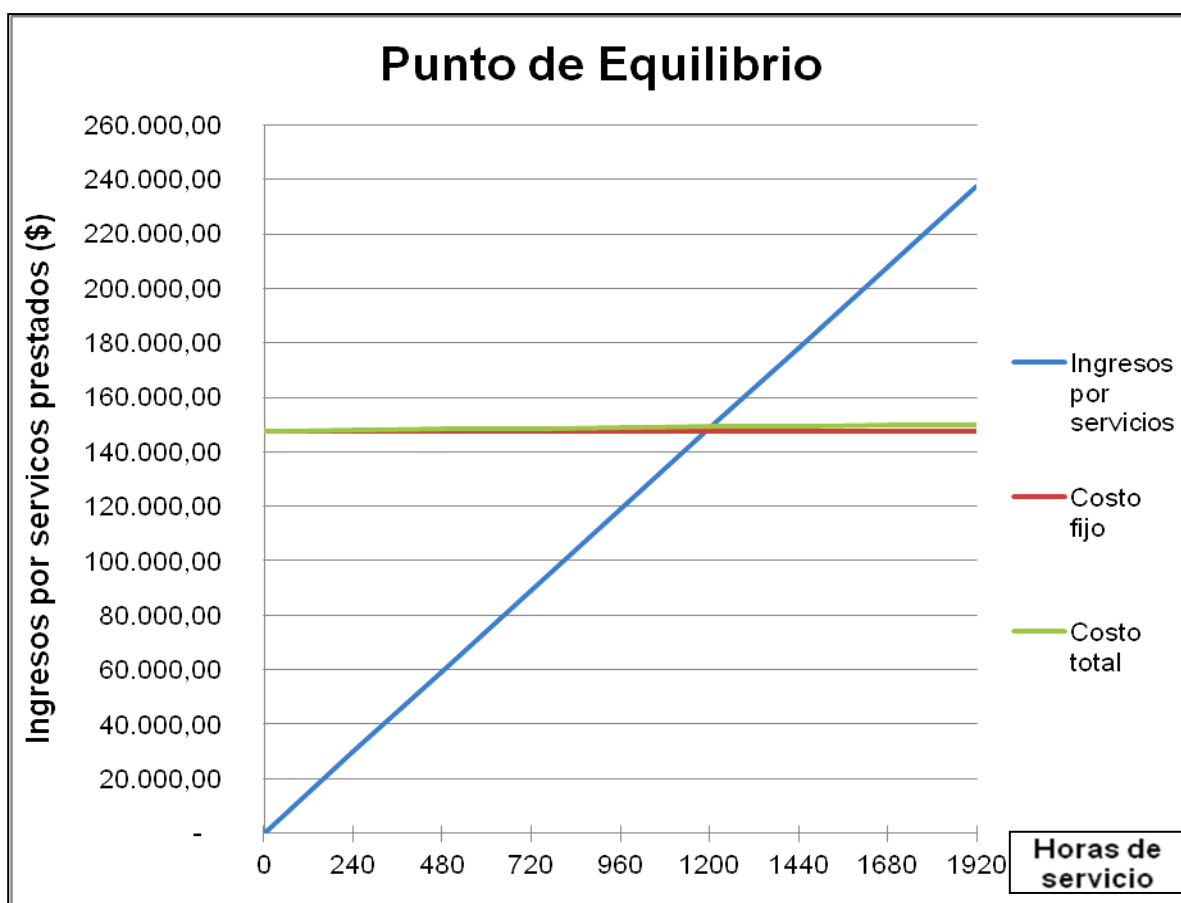
El resultado revela que se debe prestar servicios por 1.206 horas en el año 1, para alcanzar el punto de equilibrio; esto es cerca de 101 horas cada mes; es decir el 63% del tiempo total, de 160 horas disponibles cada mes.

En la siguiente tabla se amplía mejor el punto de equilibrio del primer año del proyecto y se muestra gráficamente este análisis:

Tabla Nº 79 Punto de equilibrio. (AÑO 1)

PUNTO DE EQUILIBRIO (AÑO 1)								
Horas de servicio (Año 1)	Precio	# Personal de servicios	Ingresos por servicios	Costo fijo	Costo Variable Unitario	Costo Variable	Costo total	
0	11,25	11	-	147.790,76	1,19	-	147.790,76	
240	11,25	11	29.700,00	147.790,76	1,19	285,18	148.075,94	
480	11,25	11	59.400,00	147.790,76	1,19	570,35	148.361,11	
720	11,25	11	89.100,00	147.790,76	1,19	855,53	148.646,29	
960	11,25	11	118.800,00	147.790,76	1,19	1.140,71	148.931,47	
1205,85	11,25	11	149.223,59	147.790,76	1,19	1.432,83	149.223,59	Punto de equilibrio
1440	11,25	11	178.200,00	147.790,76	1,19	1.711,06	149.501,82	
1680	11,25	11	207.900,00	147.790,76	1,19	1.996,24	149.787,00	
1920	11,25	11	237.600,00	147.790,76	1,19	2.281,41	150.072,17	

Gráfico N° 60 Punto de equilibrio (Año 1)



Elaborado por: El autor
Fuente: Tabla N° 79

Se puede ver claramente en el gráfico anterior que para llegar a nuestro punto de equilibrio se debe mantener una alta prestación de servicios en horas de trabajo; esto es por el elevado valor que existe de nuestros costos fijos, así como también se observa que el valor por costos variables es relativamente bajo en nuestra gráfica. El resultado indica que se debe prestar servicios al año por 1.206 horas; que equivale a hacerlo por 101 horas aproximadamente al mes, ocupando de esta forma el 63% del tiempo que se dispone para la prestación de servicios.

7.10.6 Análisis de sensibilidad.

“Se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la TIR (que tan sensible es), ante los cambios en determinadas variables. No se recomienda hacer un análisis de sensibilidad sobre

insumos individuales, ya que sus aumentos de precios nunca se dan aislados. Al final de un año, el aumento es general y no único”.⁴⁴

“La importancia del análisis de sensibilidad se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados”.⁴⁵

Tabla Nº 80 Análisis de sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD				
INDICADORES	VAN	TIR	PERIODO DE RECUPERACIÓN	RESULTADO
SITUACIÓN ACTUAL	\$51.431,84	65%	1 año 6 meses y 27 días	-
(-) 5% INGRESOS	\$19.778,16	37%	2 años 5 meses y 6 días	Muy Incidente
(+) 5% GASTOS	\$25.965,96	43%	2 años 2 meses y 21 días	Incidente
(+) 5% INGRESOS	\$83.085,53	92%	1 año 1 mes y 28 días	Muy Incidente
(-) 5% GASTOS	\$76.897,73	87%	1 año 2 meses y 17 días	Incidente

Luego de hacer el análisis de sensibilidad aumentando y disminuyendo los ingresos en un 5%, e incrementando y reduciendo los gastos en un 5 % según los valores del flujo de neto de fondos del proyecto se determinó que los ingresos que perciba la empresa propuesta son muy incidentes positiva o negativamente en los resultados del VAN y el TIR como los muestra tabal anterior.

En general el proyecto es rentable según el análisis TIR y VAN; por otro lado para alcanzar el punto de equilibrio se debe mantener un alto porcentaje de demanda y consecuentemente un alto nivel de ingresos, por la presencia de altos costos fijos y según el análisis de sensibilidad la variación de ingresos incide sustancialmente en los resultados económicos del proyecto.

⁴⁴ Gabriel Baca Urbina Evaluación de proyectos, 2006 Pág. 235

⁴⁵ Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain; Preparación Y Evaluación De Proyectos, 2007 Pág. 399

CAPÍTULO 8.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

8.1 Conclusiones.

- ✓ En el presente trabajo de investigación, desarrollado dentro del sector agro-productivo del cantón Rumiñahui, se encontró las deficiencias operativas y organizacionales que presenta este sector, por la falta del apoyo institucional y la carencia de proyectos comunitarios en la zona.
- ✓ El sector agro-productivo de esta localidad, muestra que se incurre en altos costos para obtener la producción, por la falta de tecnificación en los procesos productivos.
- ✓ Existe una tendencia baja en los niveles de producción y comercialización de los productos, por la mala utilización de los recursos con que cuentan estos agro-negocios.
- ✓ El sector no presenta un alto grado de competitividad, con referencia a otras zonas productivas del país, debido al poco valor agregado en los productos finales.
- ✓ La forma organizacional de los agro-negocios de este cantón es informal, carente de sistemas de control y la inadecuada planificación, por la falta de capacitación que tienen los administradores de estos negocios.
- ✓ Existe un gran número de pequeños agro-negocios, que no han recurrido a asociarse con otras organizaciones similares, por la desconfianza existente entre ellos.

8.2 Recomendaciones.

- ✓ Se recomienda que mediante la implantación del presente proyecto, de conformación de cadenas productivas, con una empresa creada acorde a las necesidades del sector agro-productivo de cantón Rumiñahui, se logre fortalecer esta zona de la producción.
- ✓ Se sugiere que la empresa creada para el proyecto, deberá brindar servicios de asistencia técnica agro-productiva, para los procesos de producción que demande el sector, tendientes a la reducción de costos y aumento de la calidad productiva.
- ✓ En la empresa propuesta además se aconseja que deberá ofrecer los servicios de marketing y con los de servicios asistencia técnica agro-productiva, buscarán el incremento de los niveles de producción y comercialización de los productos agrícolas.
- ✓ Se recomienda crear una unidad de proyectos en la empresa, con esto buscará desarrollar actividades para aumentar el valor agregado de los productos que se originan en estos agro-negocios.
- ✓ Se sugiere constituir los departamentos de asistencia administrativa y asistencia financiera para que suministrarán las bases que mejorarán la organización interna de estas unidades productivas.
- ✓ Mediante una masiva convocatoria a los actores del sistema agro-productivo del cantón Rumiñahui y representantes de gobierno, se sugiere analizar conjuntamente las oportunidades de mercado e implantarlas mediante la formalización de acuerdos de asociación, cooperación y comercialización entre los agro-productores participantes.

BIBLIOGRAFÍA

1. Gabriel Baca Urbina. **Evaluación de proyectos**. Ed. Mc Graw-Hill. México. Quinta edición.
2. Nassir Sapag Chain y Sapag Chain Reinaldo. **Preparación y Evaluación de Proyectos**. Ed. Mc Graw-Hill. Segunda edición.
3. Nassir Sapag Chain y Sapag Chain Reinaldo. **Preparación Y Evaluación De Proyectos**. Ed. Mc Graw-Hill. Quinta edición.
4. Gómez Cejas, Guillermo. **Sistemas Administrativos, Análisis y Diseños**. Ed. Mc Graw-Hill. Año 1997.
5. Meneses, Eliberto. **Preparación y Evaluación de Proyectos**, 2001.
6. Pedro Zapata Sánchez. **Contabilidad General**. Ed. Mc Graw-Hill. Cuarta edición.
7. Mercedes Bravo Valdivieso. **Contabilidad General**. Ed. NUEVODIA. Ecuador. Novena edición.
8. Ministerio de Agricultura y Ganadería. **Diagnostico Integral de la Agricultura En El País**. 2006.
9. Malassis. **Curso de Gestión de Agro-negocios en Empresas Asociativas Rurales**.
10. Davis y Goldberg. **Curso de Gestión de Agro-negocios en Empresas Asociativas Rurales**
11. Francisco García Pascual. **El Sector Agrario del Ecuador**.
12. Iván Hernández Álvarez; **Consultoría Preparada para el Consejo Nacional de Competitividad**.
13. Proyecto Red Productiva de USAID en el Ecuador. **Estrategias para el Financiamiento de Cadenas Productivas**.
14. Estadísticas Banco Central del Ecuador

15. Estadísticas Instituto Nacional de Estadística y Censo
16. Información poblacional del Municipio del Cantón Rumiñahui.
17. Registro Catastral del Cantón Rumiñahui.
18. Base de datos de socios de la Cooperativa “Luz del Valle”
19. Microsoft Encarta 2007. Microsoft Corporation. 1993-2006.
20. www.redproductiva.com
21. www.diariolahora.com
22. www.monografias.com
23. <http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>
24. <http://www.conquito.org.ec>
25. <http://definicion.de/razon-social>
26. http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_neto
27. <http://venaecuador.com/VenEcuador/images/ecuador.gif>

ANEXOS

ANEXO Nº 1 Formato de encuesta al sector agro-productor

ENCUESTA DIRIGIDA AL:

SECTOR AGRO-PRODUCTOR EN EL CANTON RUMIÑAHUI

II. DATOS GENERALES				
1	Nombre del establecimiento o propietario:			
2	Años que dedica a la actividad			
3	Ubicación:	h) Provincia:	i) Ciudad:	j) Parroquia:
		k) Dirección:		
		l) Teléfono:	m) Fax:	n) E-mail:
4	Número de empleados	_____		

III. DATOS TÉCNICOS	
5	Actividad principal a la que se dedica
6	¿Cuál es el nivel de su actividad o de producción que usted realiza? d) Alta <input type="checkbox"/> e) Mediana <input type="checkbox"/> f) Baja <input type="checkbox"/>
7	¿Qué opinión tiene de sus proveedores de insumos y otros suministros? d) Buena <input type="checkbox"/> e) Regular <input type="checkbox"/> f) Mala <input type="checkbox"/>
8	¿Destina algún porcentaje de su presupuesto para invertirlos en algunas las siguientes actividades? k) Investigación de Mercados <input type="checkbox"/> l) Proyectos del negocio <input type="checkbox"/> m) Publicidad <input type="checkbox"/> n) Transporte de sus productos <input type="checkbox"/> o) Capacitación <input type="checkbox"/> p) Asistencia técnica <input type="checkbox"/> q) Asesoría administrativa <input type="checkbox"/> r) Asesoría financiera <input type="checkbox"/> s) Asesoría legal <input type="checkbox"/> t) Tecnología <input type="checkbox"/> Otros (Especifique).....
9	¿Ha realizado algún tipo de alianza? (3) SI <input type="checkbox"/> (4) NO <input type="checkbox"/>

10	¿Qué tipo de alianzas ha realizado?	g) Maquila h) Para la distribución i) Para el desarrollo de productos j) Compra de insumos k) Contrato de preventa l) Otras (Especifique).....
11	¿Le parece interesante el tema de alianzas entre proveedores, productores, comercializadores y otros relacionados a la agroindustria de su cantón, si las propuestas y proyectos son viables?	(3) SI <input type="checkbox"/> (4) NO <input type="checkbox"/> <u>¿Por qué?</u>

IV. INFORMACIÓN SOBRE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO		
12	Destino de su producto(s):	f) Consumidor final <input type="checkbox"/> g) Para la industria <input type="checkbox"/> h) Intermediario <input type="checkbox"/> i) Centro de acopio <input type="checkbox"/> j) Otro <input type="checkbox"/> (especifique).....
13	Mercados a los que se dirige el producto	e) Local (misma ciudad o localidad) <input type="checkbox"/> f) Provincial <input type="checkbox"/> g) Nacional <input type="checkbox"/> h) Internacional <input type="checkbox"/>
14	¿Cuál ha sido su tendencia de mercado en los últimos años?	e) Ha aumentado <input type="checkbox"/> f) Ha disminuido <input type="checkbox"/> g) Ha permanecido igual <input type="checkbox"/> h) Se ha diversificado <input type="checkbox"/>

IV. SERVICIO		
15	¿A qué tipos de servicios tiene acceso sus instalaciones de trabajo?	h) agua <input type="checkbox"/> luz <input type="checkbox"/> teléfono <input type="checkbox"/> riego <input type="checkbox"/> internet <input type="checkbox"/> i) Información <input type="checkbox"/> j) Capacitación <input type="checkbox"/> k) Crédito <input type="checkbox"/> l) Asistencia técnica <input type="checkbox"/> m) Asistencia administrativa y financiera n) Otros <input type="checkbox"/> (ESPECIFIQUE)
16	Financiamiento	d) Necesita crédito y no lo ha conseguido. <input type="checkbox"/> e) No necesita crédito. <input type="checkbox"/> f) Necesitaba crédito y ya lo consiguió. <input type="checkbox"/>

17	¿Si ha obtenido crédito, donde lo consiguió?	d) Banco <input type="checkbox"/> e) Cooperativa de ahorro y crédito <input type="checkbox"/> f) Otro <input type="checkbox"/>
----	--	--

V. SERVICIOS REQUERIDOS		
18	¿Le satisface los servicios que contrata para su negocio?	(3) SI <input type="checkbox"/> (4) NO <input type="checkbox"/> ¿Por qué?:
19	Tipo de servicios en los que encuentra mayores falencias	g) Información <input type="checkbox"/> h) Capacitación <input type="checkbox"/> i) Crédito <input type="checkbox"/> j) Asistencia técnica <input type="checkbox"/> k) Asistencia legal <input type="checkbox"/> l) Otros <input type="checkbox"/> (ESPECIFIQUE)
20	Tipo de información que requiere y que se le dificulta conseguir	i) Leyes, reglamentos, etc. <input type="checkbox"/> j) Mercados (precios, ofertas y demandas) <input type="checkbox"/> k) Proveedores <input type="checkbox"/> l) Financiamiento y crédito <input type="checkbox"/> m) Estadísticas sobre el comportamiento del sector <input type="checkbox"/> n) Eventos de capacitación <input type="checkbox"/> o) Nuevas tecnologías <input type="checkbox"/> p) Otros <input type="checkbox"/> (ESPECIFIQUE)
21	¿En qué áreas o temas considera requiere capacitación su negocio?	h) Gestión (Administración, contabilidad, manejo de R.R. H.H.) <input type="checkbox"/> i) Planeación de aspectos del negocio <input type="checkbox"/> j) Desarrollo de planes de negocio <input type="checkbox"/> k) Tecnologías específicas para el negocio <input type="checkbox"/> l) Sistemas de calidad <input type="checkbox"/> m) Normativas <input type="checkbox"/> n) Otro <input type="checkbox"/> (ESPECIFIQUE)

VI. INFORMACIÓN DE MERCADO		
22	¿Le parece interesante la propuesta de una empresa que se preocupe por su desarrollo y el de su negocio?	(3) SI <input type="checkbox"/> (4) NO <input type="checkbox"/> ¿Por qué?:

23	¿Qué tipo de servicios le interesaría recibir de la empresa propuesta?	j. Asesoría técnica <input type="checkbox"/> k. Asesoría administrativa <input type="checkbox"/> l. Asesoría financiera <input type="checkbox"/> m. Asesoría en marketing <input type="checkbox"/> n. Proyectos <input type="checkbox"/> o. Planes de Financiamiento <input type="checkbox"/> p. Planes de negocio <input type="checkbox"/> q. Investigación de mercados <input type="checkbox"/> r. Capacitación <input type="checkbox"/>
24	¿Pagaría un valor entre 10 y 15 dólares por hora a un profesional que le brinde servicios especializados que usted requiera para su negocio?	(3) SI <input type="checkbox"/> (4) NO <input type="checkbox"/> Otro; ¿Cuánto?.....
25	Considera que utilizaría los servicios de la empresa propuesta al menos en el año por:	(1) Menos de 18 horas al año <input type="checkbox"/> (2) Entre 18 y 19 horas al año <input type="checkbox"/> (3) Más de 20 horas al año <input type="checkbox"/>
26	¿Por qué medio le gustaría ser informado acerca de los servicios que ofrece la empresa?	Radio <input type="checkbox"/> Prensa escrita <input type="checkbox"/> En las agencias de La Cooperativa Luz del Valle <input type="checkbox"/> Volantes <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Explique.....

ANEXO Nº 2

Registro Catastral del Cantón Rumiñahui.

No.-	CÓDIGO	NOMBRE EMPRESA	DIRECCIÓN	RUC	REPRESENTANTE
1	562 050201013000	ACTION PLANET	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	0911358711001	CHEDRAUI ADUM YAMIL ANTONIO
2	411 010300108000	ADVCONS CIA LTDA	AV CALDERON 1178 Y OLMEDO	1702386747001	AVILA OREJUELA NESTOR EFRAIN
3	195 050334050000	AGAPEFOOD SERVICES S.A.	AV MANTA N.- 162 SAN RAFAEL	1710095934	ZALDUMBIDE DIAZ VICENTE FERNA
4	279 010100701000	AGENCIA DE VIAJES DAMALU TOUR	VENEZUELA # 185 Y RIOFRIO	1791805313001	GUAMAN REVELO MARIA DE LOURDES
5	362 0	AGENCIA DE VIAJES METRO LOS CHILLOS CIA LTDA	C.C. PLAZA DEL VALLE L D10 AV ILALO	1791808568001	JERVIS MOSCOSO MARIA GABRIELA
6	352 050200114000	AGENCIA INTERNACIONAL DE VIAJES "AIVCECE CIA LTDA"	AV. GENERAL RUMINAHUI	1791802055001	SANDOVAL PACHACAMA LUIS VICENTE
7	472 010301108000	AGENCIA TODOVIJES CIA. LTDA	AV. CALDERON Y GANGOTENA 217	1791999010001	SALVADOR CORDOVA MARIA LETICIA
8	152 000000000000	AGRICOLA PUCUHUAICO CIA. LTDA	MATILDE DE PROCEL CAPELO	1790829413001	BERT MARIO
9	273 0	AGRICOLA SAN ANDRES DEL CHAUPÍ S.A	JATUMPUNGO	1791291530001	CORREA CRESPO MARIA CLARA
10	196 100102001000	AGROACACIAS CIA LTDA	LAS ACAC BARRIO EL MILAGRO	1706754742	ONTANEDA HIDALGO CAMILO FERNA
11	23 060100124000	AGROINDUSTRIAL EL CRISTAL S.A	AV. GENERAL RUMINAHUI	1790439372001	ROMERO RODRIGUEZ GUILLERMO
12	473 012500122000	AGROINDUSTRIAL VELASQUEZ CIA LTDA	ESPANA 221 Y ELOY ALFARO	1090077895001	VARGAS VELASQUEZ HUGO NAPOLEON
13	295 050103201000	AGROVITAL	AV. GENERAL RUMINAHUI	1791380657007	BOSMEDIANO CRISTOBAL
14	219 040400411001	ALBERTO ANDINO Y ASOC CIA. LTDA.	VENEZUELA Y VINEDOS	1791314824001	ANDINO MONTALVO LUIS ALBERTO
15	28 000000000000	ALIMENTOS KRAFT DEL ECUADOR	SANGOLQUI	1790555224001	SOBALVARRO C. ARMANDO
16	377 050104427000	ALISERVIS S.A "DOMINO'S PIZZA"	AV. GENERAL RUMINAHUI	1791286774001	LEDESMA GANDARA RODRIGO MAURICIO
17	595 050301113000	ALL ECUADOR TRAVEL CIA. LTDA.	ISLA PUNA E ISLA DE LA PLATA	1791835018001	JARA ARIAS SILVANA DEL ROCIO
18	111 050102901006	ALMACEN "COMERCIAL ACOSTA"	AV. GENERAL RUMINAHUI Y AV. ILALO	170130076001	VALVERDE SUAREZ MARIA DE LOUR
19	19 010300106004	ALMACEN DE REPUESTOS AUTOM RYR	BOLIVAR 750 Y CALDERON	1707813085	GUAMAN ESPIN WILLIAN MIGUEL
20	412 010200230000	ALMACENES JAPON ALJAPON S.A	AV ENRIQUEZ 2905 - C.C. SAN LUIS	1791349806001	LUENGO GARCIA GERMAN ALVARO
21	567 050201013000	ALMACENES VANIDADES	C.C. SAN LUIS AV. GRAL. RUMINAHUI	0190168875001	COELLO GONZALEZ JUAN CARLOS
22	21 011200202000	ALMACENES VILLAFUERTE	MONTUFAR S/N Y VENEZUELA	1790299481001	VILLAFUERTE MANUEL ECON.
23	301 011000134000	ALO NET	AV. LUIS CORDERO 303	1791817761	VELEZ DIANA
24	69 100400105000	AMANCO PLASTIGAMA S.A.	AV. LOS SHYRIS	0990003769001	AGUILERA REY VICTOR OSCAR
25	308 050104324000	AMBIENTES HOGAR 2000 CIA LTDA	AV. RUMINAHUI 187 Y 7MA TRANSVER	1790875318001	MARINO TAMAYO WILSON EFREN
26	535 080107510000	ANIMALBEST CIA. LTDA AV.	JUAN DE SALINAS 509 Y ARTIGAS	1713421210001	PERALVO GUALLASAMIN WILFRIDO GASPAR
27	396 030108014000	ANYELINOS S.C	CAYAMBE E ILINIZA LOTE 01	1710609080001	CAMPOVERDE ORTIZ EDDY JACQUELINE
28	497 011000126082	ARCAUNION S.A "MARCELO Y MARCELO SPORTS"	C.C. RIVER MALL AV. CORDERO LG2	1791826566001	VILLARREAL VINUEZA KATIA MARGARITA
29	414 011000133000	ARTEFACTA S.A	AV CORDERO Y AV. GNRAL ENRIQUEZ	1790895548001	BAQUERIZO FERNANDEZ PEDRO PABLO
30	197 050101704000	ARTEZAMAC CIA LTDA	FUNDIDORA 3RA TRASVERSAL S-N	1709705451	GARCIA OSCULLO GLORIA PATRICI
31	401 050301216000	ARTIM ARTE & TIEMPO	LA CONCORDIA Y 7MA TRANSVERSAL	1708523269001	GRIJALVA PINTO RICHARD EDMOND
32	428 080104457000	ASCONSTRUCCIONES	JUAN SALINAS LTE 02 - SELVA ALEGRE	1791430433001	SOSA CARRERA ANGEL JESUS
33	226 080104457000	ASCONSTRUCCIONES SOCIEDAD CIVI	BARRIO SELVA ALEGRE Y MONTUFAR	1702837467	SOSA CARRERA ANGEL JESUS
34	137 050100114000	ASECOFINJ CIA. LTDA.	ISLA BALTRA 178 Y AV. RUMINAHUI	1791318005001	SALVADOR GALVEZ DIEGO RAFAEL
35	288 010103813000	ASO.TRANSPORTE PUBLICO DEL VA	OLMEDO Y JUAN GENARO JARAMILLO	1791779525	BAHAMONDE M.JORGE AUGISTIN
36	200 050103606000	AUTOCOMERCIO SAN RAFAEL CIA LTDA	AV RUMINAHUI Y 4TA TRANSV.	1705026217	ERAZO PASTOR GLORIA FABIOLA
37	481 050103122000	AUTOGLASS DEL ECUADOR S.A	ISLA SAN CRISTOBAL - URB CHIRIBOGA	0991412530001	ROMERO ONATE EDMUNDO GUILLERMO
38	20 050301909000	AUTOLAR CIA.LTDA. "GASOLINERA "	AV. GENERAL ENRIQUEZ 3183	1790562042001	NIETO RENNEN RAIMOND ANIBAL
39	583 070300310000	AUTOMOTORES DEL VALLE VALLEMOTORS S.A	AV. RUMINAHUI Y AV. GENERAL PINTAG	1792022169001	ACOSTA TORAL JAVIER
40	495 010100701000	AVES Y HUEVOS AVIHUEVO CIA. LTDA.	VENEZUELA 189 Y RIOFRIO	1791957229001	CARDENAS MARTINEZ JULIAN

41	278 040200116000	AVISESE CIA. LTDA.	AV.GENERAL ENRIQUEZ Y DAVALOS	1712132388	SANDOVAL PACHACAMA LUIS VICEN
42	365 011000126000	BADELCA S.A "PIZZA ROMA"	C.C. RIVER MALL AV CORDERO 377	0992301392001	ADA PALMONELLA
43	558 050201013000	BANCO BOLIVARIANO C.A.	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	0990379017001	BABRA LYON MIGUEL
44	413 050104304000	BANCO DE GUAYAQUIL S.A.	AV. GENERAL RUMINAHUI	0990049459001	ALCIVAR ALAVA VICTOR HUGO
45	326 011000126000	BANCO DE LOS ANDES C.A	C.C. RIVER MALL AV CORDERO 377	1790044718001	DUEÑAS ITURRALDE GUILLERMO FELIPE
46	114 010201208000	BANCO DEL PICHINCHA C.A	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y ASCAZUBI	1790010937001	POZO CRESPO AURELIO FERNANDO
47	388 050103001000	BANCO MM. JARAMILLO ARTEAGA S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ E ILALO	1790477142001	BORRERO VIVER JUAN MANUEL RAMON
48	173 050300413000	BANOMERA MORAN Y CIA.	AV. GENERAL ENRIQUEZ C.C.ANA MARIA	1791181190001	BANOMERA BEFORT CARLOS FRANCISCO
49	389 050106920000	BITWAY S.A	AV. GENERAL. RUMINAHUI 1875	1713035580001	NAVAS MORALES FREDDY ARMANDO
50	3 010100810000	BODEGA BOLIVAR	409-411 Y SUCRE	1790141071001	CANDO MARCILLO MANUEL ANTONIO
51	280 040200116000	BOHORQUEZ Y BOHORQUEZ TRANS.	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y DAVALOS	1718440405	BOHORQUEZ ROMULO GUALBERTO
52	209 012500130000	BOS HOLDING S.C.C.	ALMACEN ESPANA 147 Y VENEZUELA	1791380657003	BOSMEDIANO BENALCAZAR CRISTOB
53	178 010302804000	BRITOCONSA CIA. LTDA.	AV. CALDERON Y ESPEJO	1791173120001	BRITO ORELLANA SEGUNDO JULIO
54	499 030202305000	BRONCES ECUATORIANOS BRONCEC S.A	VICENTE ELOY ORTEGA	1791892275001	JARAMILLO BREILH PABLO FERNANDO
55	327 050201001000	C.C.CH. CENTRO COMERCIAL LOS CHILLOS S.A	ISLA SANTA CLARA Y AV. RUMINAHU	1791914449001	DELLER KLEIN MICHAEL JAKUES
56	596 050701013000	CAFETERIA S'PAN'ES	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	1714038823001	MUNETONES HERNANDEZ EMPERATRIZ
57	188 050304003001	CARBUROS Y HERRAMIENTAS CARHER CIA LTDA	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y DAVILA	1790949583001	CARRERA QUINTANA CARLOS HERIBERTO
58	531 050100209000	CARRILLO RECALDE CIA. LTDA.	GEOVANNY FARINA 430 Y ESPANOLA	1710102326001	CARRILLO RECALDE GONZALO ANTONIO
59	311 010301401009	CARVISEG CIA LTDA	AV. CALDERON Y GARCIA MORENO	1791853288001	CARRERA HARO JUAN FRANCISCO
60	106 000000000000	CATTANI QUIROZ ANGELA	C.RUMIN PICHINCHA 511 Y ASCAZUBI	1704513066001	CATTANI QUIROZ ANGELA TERESA
61	341 0	CEALCO COM. ECUAT. ALIM. CONGELADOS	CALLE SUMACO	1791783395001	REINOSO HERRERA KARLA LILIAM
62	492 050100906000	CECSA CORP. ECUATORIANA DE CONSTRUCCIONES S.A.	AV. RUMINAHUI 1149 Y TRANSVERSAL	1791886968001	BURGOS NEACATO STEVE LECH
63	259 050301109000	CELEIN S.C.C.CONTROL ELEC.IND	AV.GENERAL ENRIQUEZ # 3331	1708218175	CARRERA ARANCIBIA ALEXIS ANTO
64	402 011000126000	CENTRO DE COMPUTACION CEDECOMP CIA LTDA	C.C. RIVER MALL AV CORDERO 377	1791287924001	CEVALLOS BORJA MARTHA GLADIS
65	342 050100117000	CENTRO DENT CLINICAS DENTALES INTEGRALES S.A	AV GENERAL RUMINAHUI	1791870956001	NARVAEZ NARVAEZ SORAYA ARAZELY
66	27 070300601000	CENTRO FERSA CIA. LTDA.	AV. PINTAG REDONDEL DEL COLIBRI	1790982114001	REYES ACOSTA LUIS AUGUSTO
67	225 010201114000	AGRO.YAMBALA S.A	SUCRE 337	1103959225	SEGUROLA GONZALEZ JOEL
68	524 050103201000	CEVIDEC CIA. LTDA.	ISLA SAN CRISTOBAL Y AV. RUMINAHUI	1791272528001	NAREA ROMERO ROSA DUNIA
69	35 090208014000	CHEMEQUIP INDUSTRIAS CIA. LTDA	INES GANGOTENA LOTE 11	1790706710001	ECHEVERRIA VACA HECTOR RICARDO
70	124 000000000000	CHILLO CLUB CAMPESTRE S.A.	SELVA ALEGRE 3461		CHILLO CLUB CAMPESTRE S.A.
71	370 050104436002	CHRISTLAND SERVICE AND COMPANY CIA LTDA	ISLA MARCHENA	1791848683001	LANDETA JACOME CARLOS VINICIO
72	4 110101632000	CIA. DE TRANSP. SAN PEDRO DE TABOADA S.A	AV. MARIANA DE JESUS Y VENEZUELA	1791848993001	CHANO SUNTAXI NICOLAY WASHINGTON
73	212 050102710000	CIA. DE CARGA LA CRUZ DEL ILALO "LACRIL" S.A	AV. ILALO 2DA TRANSVERSAL	1791407342001	PAUCAR ABADANO FRANCISCO EMILIO
74	498 011000183000	CIA. DE SEGURIDAD "INSTSEGPHAN" CIA. LTDA.	AV. CORDERO Y MERCADO - LA PAZ	1713000113001	GUERRERO RUIZ JUANA ALEXANDRA
75	201 110302012000	CIA. DE TRANSPORTE CAPELO TRANSCAPELO	AV. MARIANA DE JESUS Y SINCHICO S N	1791400429001	CERON CUEVA JORGE
76	409 090105410000	CIA. DE TRANSP. DE TURISMO CONFORTTRANS CIA LTA	B Y "K" LOTE C1 - URB. JATUMPAMBA	1705265096001	LOPEZ CARRERA RAUL PATRICIO
77	410 050303806000	CIA. DE TRANSPORTE ESCOLAR E INSTITUCIONAL LIEDNEL	AV. GENERAL ENRIQUEZ 2382	1791926161001	CALI GUAMAN HUGO MANUEL
78	146 010301303001	CIA. DE TRANSPORTES CONDORES DEL VALLE S.A.	AV. CALDERON 230 Y QUINBALEMBO	1791309766001	FREIRE SEGUNDO HECTOR
79	480 100702402000	CIA. NARSA EXCLUSIVE VAN TRANS CIA. LTDA.	AV. LOS SHYRIS- Y ELOY ALFARO LT 02	0501051213001	MORENO MUNOZ JORGE WASHINGTON
80	431 070100925000	CIA. SERVICIO DE TAXIS ALBORNOS CERVUTRANS S.A	TANDAZO Y R FLOR	1791852451001	OSORIO MORALES PABLO ALFONSO
81	282 011400314000	CIA. SERVICIO DE TAXIS TRANSLLANOCHICO S.A	RIO FRIO Y AV. ENRIQUEZ Y CAYAMBE	1791918177001	FREIRE DAVILA MARIO AUGUSTO

82	436 010300106003	CIA. TRANS PEOPLE S.A	AV. CALDERON 1140 CASA 03	1791856082001	CONDE GALINDO JUAN PATRICIO
83	407 110701315000	CIA. TRANSPORTE ESCOLAR TRANSAFER S.A	AV. EL INCA Y SANTA CECILIA	1791924355001	GUAMANTICA ZAMBRANO EUCLIDES MARCO
84	361 050300436000	CLINICA CRISTIANA DIVINA SANIDAD	AV. ENRIQUEZ 2757 Y CONCORDIA	1706455456001	UTRERAS AGUIRRE GALO PATRICIO
85	247 000000000000	CLUB CAMPESTRE EL ROSARIO S.A	HACIENDA ROSARIO BARRIO SALGADO	1708253271	GOMEZ SALAZAR NELSON ANDRES
86	283 050102806000	CNSTRUCCIONES FEL.Y ASOCIADOS	AV. RUMINAHUI # 528 Y 5TA.TRANSVE	1702224401	RUIZ LAZO EDGAR DAVID
87	303 080108501000	COLEGIO INTEGRAL	AV. ATAHUALPA	1790383830001	SOLIS GUERRERO MARIO
88	235 011000140000	COMELYFSA COMERCIAL ELECTRICA	AV. LUIS CORDERO 171	1702983626	GALARZA TACO DIEGO GUILLERMO
89	416 010200808000	COMERCIAL CON CREDITO CONCRESA S.A	VENEZUELA 442 Y PICHINCHA LT1	1790394409001	ROSETO CEVALLOS CRISTOBAL EFREN
90	155 000000000000	COMERCIAL PACIF. LINTSAY CIA	. AV. MARIANA DE JESUS CAPELO	1791252888001	LIN TSAY MING HSUAN
91	614 050201013000	COMERCIAL RODRIGUEZ & BARNES ASOCIADOS CIA. LTDA.	C.C. SAN LUIS AV. GENERAL RUMINAHUI	1791341503001	RODRIGUEZ HERRERA EDWIN JAVIER
92	272 050104435002	COMERCIALIZADORA MIMPREX S.C.	AV. RUMINAHUI LOTE 100 Y 7MA TRAN	1711546497	TROYA MONCAYO PATRICIA ELENA
93	313 140301808000	COMPANIA COTLISAG S.A	JULIAN QUITO Y JAMBA	1707394936	LUGMANA PAUCAR OSWALDO EDMUND
94	281 010201811000	COMPANIA DE TAXIS ESALSUNTAX	MONTUFAR # 667 Y AV. ENRIQUEZ	0700667108	ALVEAR GARZON ELICIO OSWALDO
95	231 050102509022	COMPANIA TRANS SUPERVALLE S.A	AV. RUMINAHUI E ILALO	1301057798	QUIGUANGO ESTACIO LUIS HERNAN
96	386 7000240	COMPANIA AGRICOLA RIOPARAMO S.A.	KM 10 VIA A RUMIPAMBA	1791359704001	CORREA CRESPO MARIA CLARA
97	384 050102401000	COMPANIA AVILZA S.A TRANSFER Y TURISMO INSTITUCION	AV. RUMINAHUI E I. ESPANOLA	1771861036001	PAZMINO CARRERA GALO FERNANDO
98	421 011000126000	COMPANIA DE TAXIS RIVER MALL S.A	AV. LUIS CORDERO 377	1791904540001	CARDENAS OSCULLO DARIO MANUEL
99	424 100400101000	COMPANIA DE TAXIS STO DOMINGO DE GUANGOPOLLO S.A	SAMBORONDON Y AV. LOS SHYRIS	1706767157001	PACHECO TERAN GERMAN PATRICIO
100	298 010101902000	COMPANIA DE TRANSP. DE CARGA PESADA "SELECVALLE	MERCADO 2730 Y MONTALVO	1791833112001	DIAZ BAHAMONDE GABRIEL PATRICIO
101	544 100504505000	COMPANIA DE TRANSPORTE PESADO TRANSCHECA S.A.	URB. COLEGIO DE ECONOMISTAS 173	1709739435001	CHECA POZO ALBERTO FABIAN
102	289 010500207000	COMPANIA DE TRANSPORTES 2000 S.A. TRANSDOSMIL	ROCAFUERTE # 303 Y QUIROGA	1791436326001	FONSECA QUISHPE ANGEL VINICIO
103	469 060308413000	COMPANIA PARA LA EDU. COPEDFORMAR CIA.	CALLE GUALACEO - CASHAPAMBA	1791941799001	CEVALLOS PONCE PATRICIO ALFREDO
104	318 0	COMPANIA TRANSP. CHAUPITENA S.A	ESPAÑA Y GARCIA MORENO	1791422112001	PAUCAR GUALOTUNA RENE PATRICIO
105	476 060305927000	COMPANIA VALLE & TURISMO COLIBRIVALLEY S.A.	URB. DOLORES VEGA AGUIRRE 60	0602163834001	VELASTEGUI ABARCA LUIS PATRICIO
106	238 000000000000	COMREY CIA.LTDA.	GUAYAQUIL Y CALDERON	1706745088	VINUEZA UBIDIA LIBIA MARLLORY
107	198 050300440000	CONFECIONES ANDRADE DUENAS	AV GENERAL ENRIQUEZ 2710 SAN LUIS	1702508852	ANDRADE UBIDIA CARLOS MANUEL
108	393 011000126000	CONSORCIO ECUATORIANO DE TELECOMUNICACIONES S.A	"C C.C. RIVER MALL AV. CORDERO	1791251237001	ZENTENO DE LOS SANTOS CARLOS HERNAN
109	210 050301107003	CONSORCIO GROTAL S.A.	AV. ENRIQUEZ 3359 SAN RAFAEL	0991396209001	GRANJA NELSON GONZALO
110	553 060307202007	CONSTRUCTORA BONILLA GARCIA CIA. LTDA.	AV. GENERAL PINTAG LT 7B	1704463304001	BONILLA SALAZAR PEDRO LUIS
111	505 010103203001	CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA GABAON	JARAMILLO Y ESPANA LOCAL 01	0200218550001	PRADO VERDEZOTO FANNY JUDITH
112	133 010100710000	CONSUINBARBA CIA. LTDA.	INMOB MERCADO Y ELOY ALFARO	1705644944	DE LA CUEVA BYRON
113	597 011000117000	COOP. AHORRO Y CREDITO RUMINAHUI LTDA.	AV. LUIS CORDERO 459 Y PICHINCHA	1792073251001	ONA SIMBA LUIS RAMIRO
114	452 050102816012	COOP. DE AHORRO Y CREDITO " SELVA ALEGRE"	C.C. PARIS AV. RUMINAHUI LOCAL 12	1791974042001	CANDO FAJARDO ROMEL PATRICIO
115	397 050102807000	COOP. DE AHORRO Y CREDITO AMBATO	C.C. SOL DEL VALLE AV. RUMINAHUI	1890080967001	PORTERO LOPEZ RAMIRO MARCELO
116	455 010301404000	COOP. DE AHORRO Y CREDITO JUAN DE SALINAS	AV. CALDERON SN - SAN SEBASTIAN	1790976262001	LOACHAMIN JUANA MARIBEL
117	417 010201903000	COOP. DE AHORRO Y CREDITO LUZ DEL VALLE	AV. ABDON CALDERON Y AV ENRIQUEZ	1791847644001	GUALOTUNA LEMA JOSE JULIO
118	286 010201909000	COOP. DE AHORRO Y CREDITO UNION RUMINAHUI	GARCIA MORENO Y AV. ENRIQUEZ	1791798945001	VALLEJO HIDALGO EDWIN RENELI
119	159 000000000000	COOP. LA MERCED DE ROBALINO COTOGCHOA		1701622027	ROBALINO ISABEL
120	149 109083014000	COOP. SAN ANTONIO DE PASOCHOA	RUMIPAMBA		VILATUNA TIMBILA SEGUNDO FAUS
121	580 050103113000	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "COOPERARE"	AV. ENRIQUEZ 3931 Y SAN CRISTOBAL	1791063051001	VILATUNA YEPEZ MARGOTH EDELINA
122	579 140300113000	COOP. DE AHORRO Y CREDITO SAN JUAN DE COTOGCHO	A KURUBA Y FRANCISCO ZAMORA	1790894053001	PUGA CANGAGUAMIN JIMENA DEL ROCIO

123	587 010100405000	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO YACHAK RUNA LTDA	VENEZUELA 210 Y MERCADO	1891715877001	PUNINA PUNINA SEGUNDO NICOLAS
124	174 010900308000	COOPERATIVA DE SERVICIOS EDUCACIONALES SANTA ANA	COLON 132 Y BOLIVAR	1790925838001	ESPINOSA ARMAS LAURA MERCEDES
125	522 010200408000	COOPERATIVA DE TAXIS TURISMO SANGOLQUI N° 2	AV. ENRIQUEZ Y VENEZUELA 510	1791320735001	BLANCO ITURRALDE VICENTE VLADIMIR
126	523 010302302000	COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS "31 DE MAYO"	QUIROGA 318 Y SAN SEBASTIAN	1791316959001	BELTRAN PROANO RODRIGO
127	140 000000000000	CORPORACION G'SSOT S.A.	AV. CALDERON Y ZOPOZOPANQUI	1791296834001	BASTIDAS BARROS EUGENIA ESMERALDA
128	169 000000000000	CORPORACION HERCA S.A.	BOLIVAR 327	1790949400001	CABEZAS RODRIGUEZ HERNAN A.
129	307 050103135000	CORPORACION REHUS DEL VALLE S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ 1	791882695001	CARRION JARAMILLO MARCIA FABIOLA
130	142 010103602000	COTRALI COTOGCHOA TRANSPORTE LIVIANO C.A	BOLIVAR 665 Y GARCIA MORENO	1791359755001	TOPON TOPON HECTOR GONZALO
131	400 060105304000	COVERSTEEL S.A	LOJA 252 Y COTOPAXI - URB LA COLINA	1706488051001	ANDRADE NARANJO IVAN PATRICIO
132	433 100400116000	CREALZA S. A. ALIANZA Y CRECIMIENTO	DARIO FIGUEROA Y CARLOS LOPEZ	1711129518001	BERG BIBLIOWICZ JONATHAN MOISES
133	26 080315206000	CRISTALDEC S.A.	"CRISTALES D. SAN FERNANDO 57-A	1790877299001	ROMERO MAGDALENA
134	485 010200101004	CYEDE CIA. LTDA. KONICA PHO EXPRESS"	AV. ENRIQUEZ ALMACEN 4	1790236218001	RIBADENEIRA FERNANDEZ SALVADOR PABLO
135	484 010500207000	DALTRANS S.A	QUIROGA Y ROCAFUERTE 303	1705662805001	ESCOBAR MONTUFAR WASHINGTON ESTEBAN
136	227 050103206000	DD SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIO	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y 4TA TRANV.	1705576807	DILLON DOMINGUEZ CARLOS PATRI
137	358 040400104000	DECOPRINT CIA LTDA	VINEDOS Y VENEZUELA	1790461254001	MORAWSKI BYSZEWSKA WACLAW
138	194 050102803000	DEL VALLE INMOBILIARIA S.C.	AV. Rumiñahui 5°TRANS. 467	1709550923	DIAZ PEREZ FREDDY OSWALDO
139	372 130103536000	DEL VALLE METALCAST FOUNDRY S.A	URB. CLUB LOS CHILLOS 372	1791947835001	URGILES VALLEJO YOLANDA DE LOS ANGELES
140	577 050201013000	DELI S.C.C.	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	1791799402001	TELLO NUNEZ FRANKLIN ALBERTO
141	305 050104322000	DENTAL ICE S.A	AV ENRIQUEZ Y 6TA TRANSVERSAL	1791877896001	JARRIN CORNEJO LUIS EDUARDO
142	15 050303903000	DEPOSITO DE GAS "LIQUIGAS"	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y CALCETA	1790142183001	PUENTE SOLA AMADA EULALIA
143	222 000000000000	DEPROVALL S.A. CIA TRASPORTES	AV.LUIS CORDERO Y ESPANA	1704504701	AVILES HIDALGO GERMANIA GENOV
144	236 050300101000	DESOFUALL CIA.LTDA.	ISLA RABIDA Y AV. RUMINAHUI C.C.C	1708647996	GUAYASAMIN CATTANI JUAN CARLO
145	203 110100816000	DIS PLASTICOS SALGADO DISPLAS	AV MARIA DE JESUS Y TABOADA	1701785014	SALGADO NAVARRETE MANUEL ABDO
146	18 010300709000	DIS. DE MATERIALES ELECTRICOS	AV. CALDERON Y QUITO	1790633640001	FIALLO SANDOVAL DOLORES DEL R
147	248 000000000000	DISPLASAL CIA.LTDA.	SAN PEDRO DE TABOADA S/N	1791396456001	TORRES ALTAMIRANO MANUEL
148	7 050102901031	DISTRA.ELECTRONICAS"STAR GATE	C.C. PLAZA DEL VALLE L-B-07	1790771814001	VASCONEZ VDA DE ARBOLEDA XIME
149	379 011000126000	DRILL URBAN WEAR	C.C. RIVER MALL AV. LUIS CORDERO	1791937880001	LEVOYER JIMENEZ DAIRA MARIA
150	605 011406503000	ECCOSYTUR CIA. LTDA	CARIHUAIRAZO Y CERRO HERMOSO	1792023947001	PIEDRA MOYA MIGUEL ANGEL
151	148 000000000000	ECOTRAVEL CIA. LTDA.	CASHAPAMBA GUALACEO VIA PIFO	1791253396001	KNOBLAUCH B. HANS
152	470 050100117000	ECOTRON S.A "UNICOLOR"	AV. RUMINAHUI 965 Y 2° TRANSVERSAL	0991343776001	AGUIRRE PIMENTEL LUIS FERNANDO
153	463 100702402000	ECUADOR SHUTTLE S.A	AV. LOS SHYRIS LT 2 - URB ALFARO	1709153181001	YANEZ VILLACIS AIDA KATALINA
154	392 050103001000	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y AV. ILALO	1791809092001	CUEVA MEJIA CARLOS OSWALDO
155	237 050300413000	EDITORES E IMPRESORES S.A "PERIODICO HOY"	C.C. LOS CHILLOS AV. ENRIQUEZ	1790502694001	MANTILLA ANDERSON JAIME ENRIQUE
156	515 050103504000	EEFICIENCIA, CONTROL, EXPERIENCIA EFICONEX S.A	SAN CRISTOBAL Y G. FARINA	1710233089001	HERNANDEZ EGUEZ ANDREA PATRICIA
157	608 050201013000	EGOLEX S.A.	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	1792011086001	REYES TORRES MIRIAN ALEXANDRA
158	136 000000000000	EL BALCON INMOBILIARIA Y CONS	AV. ENRIQUEZ 234 Y MONTUFAR		FIGUEROA ROBERTO
159	574 050201013000	EL CAFE DE LA VACA CAFEVAC CIA. LTDA.	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	1791999975001	GUARDERAS ALBUJA MARIA SOL
160	438 010301427000	EL CALDERO SERVICIOS HOTELEROS CIA LTDA	AV. CALDERON 278 Y ZOPOZOPANQUI	1791887352001	ESPINOSA SALAZAR KATIA PAULINA
161	514 010200101001	ELECTRODOMESTICOS SAN PABLO C.A	AV. ENRIQUEZ 2882	1791898397001	MENDEZ ALVAREZ PABLO ERMITANO
162	491 110701301000	ELECTRONICA INTEGRAL R2L CIA. LTDA.	AV. EL INCA Y SANTA CECILIA LTE A	1791834089001	RUEDA JARRIN MONICA DEL ROSARIO
163	32 050102405008	EMBOYS S.A. CIA. DE TRANSPORT	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y AV. ILALO	0400587275	REALPE CABRERA WILMER LENIN

164	158 000000000000	EMPACADORA ANDINA S.A.	ATAHUALPA 1950 SAN SEBASTIAN	1790376613001	CEVALLOS ZAMBRANO MARIANA
165	37 030202301000	EMPAQPLAS S.A.	DARIO FIGEROA Y AV. ENRIQUEZ	1791240111001	BERG GUTT HERMAN EDWAR
166	439 010102010000	EMPRENDEDOR BUSINESS ADVISERS	BOLIVAR Y MONTUFAR 520	1711927127001	HIDALGO RUIZ MARLON GIOVANNY
167	34 050103001000	EMPRESA DURINI INDUSTRIA DE MADERA C.A.	EDIMCA AV. ENRIQUEZ Y AV. ILALO	1790012158001	DASSUN CARRERA SANTIAGO MARTIN
168	441 050102809000	ENMARSÍ CIA. LTDA. "TEXAS CHICKEN"	C.C. PLZA PARIS AV. RUMINAHUI	1791997891001	HELLER VIGODA ENRIQUE
169	139 080214511000	ESLI S.A. EMPRESA DE SEGU. LOG	URB. CHILLOS 6TA TANSV. 789	0991263926001	DELGADO CARTAGENA FABIAN
170	487 050103201000	ESTILFORM S.A.	AV. RUMINAHUI Y SAN CRISTOBAL	1791960831001	EGAS VELASQUEZ ENRIQUE FRANCISCO
171	351 012400109000	ESTRELLA COYAGO MAYER	QUITO 754 Y AV CALDERON	1704298056001	ESTRELLA COYAGO MAYER EDUARDO
172	526 120108303001	EVENTOS Y TECNOLOGIA ETHAC CIA. LTDA.	LOS ARUPOS - COMUNA LOS PUENTES	1711293967001	GALLEGOS ARIAS MARIA JOSE
173	168 000000000000	EXCELSEGURIDAD CIA. LTDA.	GARCIA MORENO Y BOLIVAR	1791311396001	ESTRELLA VARGAS JORGE EDUARDO
174	33	EXIMSOT CIA. LTDA.	CASHAPAMBA - CHOVA	1791171306001	ALVAREZ HIDALGO MARCELO EZEQUIEL
175	17 070500101000	F.M.S.B. SANTA BARBARA S.A	AV. GENERAL RUMINAHUI	1791338448001	MURILLO CARRILLO GUSTAVO MARCELO
176	251 000000000000	FABRICA DE BLOQUES IDEMCIA CA	AV. LOS SHYRIS KM 4 ½	1790372278001	
177	335 050202007000	FABRICA DE CIGARRILLOS EL PROGRESO S.A	AV GENERAL RUMINAHUI	1790014487001	BETANCOURT MANOSALVAS CARLOS HERNAN
178	471 010303101030	FABRINCO S.A	AV. CALDERON 1100 Y RIOFRIO L.C. A3	1791947568001	RAMCKE SCHEDEL MARIA SILVIA
179	150 070300108000	FACOPA CIA. LTDA.	AV. GENERAL PINTAG EL COLIBRI 3	1791185269001	PROANO O. RAMIRO
180	128 080103214000	FADEA POVEDA CIA. LTDA.	SALCOTO CALLE ATAHUALPA	1791410424001	POVEDA PROANO SENOVIA EMILIA
181	16 050103106000	FARMACIA "S.G"	AV. GENERAL RUMINAHUI 1262	1791295722001	AVILA VELASCO JOSE LUIS
182	475 050104324000	FARMACIAS WAYS S.A	AV. GENERAL RUMINAHUI 187	1791941381001	ORTIZ CEVALLOS XAVIER FERNANDO
183	440 010200403003	FAST BUSINESS Y CONSULTING GROUP AV.	GRAL ENRIQUEZ Y CHINCHIPE	1708197643001	VEGA VEGA XAVIER MESIAS
184	134 080109801000	FEDAC JUAN LARREA – SALCOTO		0600104004001	DAVALOS CORDOVEZ RAUL FERNANDO
185	98 030202007000	FERRETERIA	AV. ENRIQUEZ Y DARIO FIGUEROA	1704509307	DIAZ UBIDIA SOLEDAD
186	486 011406805000	FERRETERIA ECONOMICA	AV. LOS SHIRYS Y ALTAR	1708818586001	FUENTES RUIZ FLOR DE LOURDES
187	304 012500122000	FERRETERIA Y PETROLEOS FERREPETRO S.A	ESPANA 221 Y VENEZUELA	1791877217001	CEVALLOS SILVA MARIA DE LOS ANGELES
188	426 050106402009	FEVERIN CIA LTDA	AV. SAN LUIS ALMACEN 8	1791842952001	GUZMAN MIRANDA RICARDO MARCELO
189	540 050105818001	FIEXPORT CIA. LTDA.	AV. SAN LUIS E ISLA ISABELA	1792023955001	FALCONI GALLARDO GALO EDMUNDO
190	353 020202304000	FIGUEROA ANDRADE MANUEL GIOVANNI	URB. DON QUIJOTE Y 1 DE MAYO	1706571377001	FIGUEROA ANDRADE MANUEL GIOVANNI
191	42 050100912000	FILCOMP C.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ	0990054150054	SILVA GARCIA HUGO
192	419	FLORICOLA CAMILA FLOWERS CIA LTDA	BARRIO LORETO	1791952634001	NARVAEZ GARZON JUAN SIMON
193	211 030202004000	FORJADOS EN FRIO ORNAMENTAL C A	AV ENRIQUEZ SECTOR SAN CARLOS	1702880301	RECALDE CEVALLOS FABIAN
194	550 050201013000	FUN TIME DEL ECUADOR S.A. EMA	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	1791323459001	CASTRO UPRIMNY CHRISTIAN EDUARDO
195	214 050103130000	FUNDACION BERNARDO DE LEGARDA	AV. GENERAL ENRIQUEZ TRASVERSAL	1791235835001	JIMENEZ MENDOZA JORGE NICOLAS
196	275 050304003008	FUNDACION CONDORHUANA	DAVILA # 369 PARQUE SAN RAFAEL	1706564935	CADENA ESCOBAR MARIO
197	538 050301109000	FUNDACION VISTA PARA TODOS	AV. ENRIQUEZ E ISLA PLATA	1791307704001	NIETO NIETO DIEGO MAURICIO
198	166 100400102000	FUNIMAG	AV. LOS SHYRIS KM. 2 1/2 FUNIMAG		
199	591 050201013000	GAME MART	C.C. SAN LUIS Y AV. RUMINAHUI	0909644791001	YI WONG JUAN AUGUSTO
200	268 000000000000	GASOLINERA EL RIFLE	AV. LOS SHYRIS	1791408683001	REPSOL
201	185 000000000000	GASOLINERA ESTAC.	SAN RAFAEL AV. EL PROGRESO	1705056362001	PADILLA PABLO
202	101 010701240000	GASOLINERA TEXACO	AV. LUIS CORDERO Y GARCIA MORENO	1702940527001	MALDONADO ROSA
203	464 050102816010	TELEPHONY SERVICE CIA LTDA	C.C. PLAZA PARIS AV. RUMINAHUI LC 10	1791813448001	ZEA MATUTE JAVIER ERNESTO
204	432 011000126106	GIGABYTE TECNOLOGIA Y COMUNICACIONES	C.C. RIVER MALL AV CORDERO LOCAL 21	1791951840001	MURGUEITIO SERRANO ROBERTO MARCELO

205	170 050104405000	GORDILLO RECDACH S.A.	ABOGADO AV. EL PROGRESO 1470	1701713065	GORDILLO SALAZAR JOSE MARIA
206	254 000000000000	GRANJA AGROPECUARIA EL EDEN	RUMIPAMBA BARRIO EL SURO	1791843908001	REGALADO ALTAMIRANO RUBEN DARIO
207	554 011300129000	GREENYARD S.C.	GARCIA MORENO LT 38 - SANTA ROSA	1710609080001	CAMPOVERDE ORTIZ EDDY JACQUELINE
208	163 000000000000	GROGRO DISTRIBUIDORA CIA.LTDA	URB. LA PALMA PASAJE B S/N Y QUITO	1705436267	VELASTEGUI ROJAS IVONNE MARIA
209	130 050102505000	GRUPO MERCANTIL SERVALLES S.A	GEOVANI FARINA 281 Y AV. RUMINAH	1791303504001	FLORES A. FERNANDO
210	267 020100111000	GRUPOCONSULEX S.A	LA FLORIDA # 900	1704084464	PAEZ SANCHEZ MARCELO EFRAIN
211	232 011401308000	GUSMAR Y CIA	ATACAZO Y QUITO 10 LA PALMA	1791818946001	CHAVEZ CARRERA GUSTAVO ADOLFO
212	76 050103209000	H SALVADOR CONSTRUCCIONES Y BIENES RAICES	ISLA FLOREANA Y AV. RUMINAHUI	1700329855001	SALVADOR GUAMAN RAFAEL HERNAN
213	262 000000000000	HERMANOS PENA Y ASOCIADAS CIA	SANTA BARBARA Y EL INCA FAJARDO.	1714694930	PENA PANOZO JUAN CARLOS
214	120 000000000000	HOSTELERIA MANSION SAMZARA	AV. RUMINAHUI EL RANCHO	1703060390	WTSON LEMARIE PAMELA E.
215	345 050201013000	ICESA - ORVE S.A	AV. ENRIQUEZ Y AV CORDERO	0990043027001	ALVAREZ BELLOLIO RICARDO ALFREDO
216	116 000000000000	ICOLLANTAS	AV.CALDERON Y ESPEJO		MORALES ESTHELA
217	171 050103135000	IMEXTUR CIA. LTDA.	AV. ENRIQUEZ 3677 Y 6TA TRANSVER	1705920286	CALISPA PROANO RODRIGO PATRIC
218	448 060101513000	IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES POLVAS CIA. LTDA.	GUAYAS S/N 28 - URB LA COLINA	0190167828001	POLO VASQUEZ GUSTAVO EDUARDO
219	390 020203601000	IMPORTADORA MANTILLA CASTRO CIA LTDA	URB MOLINOS DE VIENTO CASA 103	1791955196001	MANTILLA CASTRO ROBERTH PATRICIO
220	429 050102402000	IMPORTADORA PAZ Y MIÑO AGUIRRE IMPA CIA LTDA	AV. RUMINAHUI	1790973050001	PAZ Y MINO PAZMINO ESTELA DEL CARMEN
221	336 011406805000	IMP. SANCHEZ SOCIEDAD CIVIL COMERCIAL E INDUST	AV LOS SHIRYS Y COJIMIES	1720686227001	SANCHEZ RUEDA PABLO ANTONIO
222	557 020101016000	IMPORTADORA VEGA S.A.	AV. ATAHUALPA 1950	1790183750001	VEGA CALERO EDGAR RAMON
223	403 010300809000	INCOMTEL S.A	AV CALDERON S/N Y QUITO	1791889452001	MANTILLA ESTRELLA GLADYS SUSANA
224	47 000000000000	INDUSTRIA DE MANPOS. CIA. LTD	AV. LOS SHYRIS KM 41/2	1790872278001	HERRERA BONILLA LUIS
225	249 000000000000	INDUSTRIA LICORESA RAMIREZ CI	AV.LOS NOGALES # 1374 ALANGASI	1701789679	RAMIREZ RIVERA JORGE
226	202 000000000000	INDUSTRIA QUIMICA HIPOCLOR	AV. RUMINAHUI 1863	1703903557	OQUENDO DORTINACC RAUL ALFONS
227	25 000000000000	INDUSTRIA TEXTIL INDUTEX S.A.	AV. ENRIQUEZ E ISLA DE LA PLATA	1790023044001	ROSETO PASTRANA HUMBERTO
228	576 050201013000	INFRUCEL S.A.	C.C. SAN LUIS Y AV. RUMINAHUI	0992218932001	CAMPANA CHUM JUAN PABLO
229	296 010102322000	INMIVIRTUAL	C.C. MONTUFAR 557 Y OLMEDO	1707248041001	DIAS MARCO
230	49 000000000000	INMOBILIARIA AUNARSA S.A.	AV. LA CORUNA Y GANGOTENA	1790891402001	ROMERO ONA AUGUSTO
231	161 010100704000	INMOBILIARIA BAHAT S.A.	RIOFRIO 214	1791265424001	BAHAMONDE TIPAN FRANKLIN ANTONIO
232	493 070214027000	INMOBILIARIA CERROGOLF S.A.	SELVA ALEGRE	1705298998001	MENA MALDONADO EDWIN JULIO
233	50 000000000000	INMOBILIARIA CHIRIBARRA S.A.	AV. LOS SHYRIS HCDA. EL CORTIJO	1790421007001	BERTINI JOSE
234	459 010102010000	INMOBILIARIA GERENCIAL INHOGER	BOLIVAR Y MONTUFAR 520	1710491661001	ESPINOSA JARAMILLO INES MARIA
235	613 050201013000	INMOBILIARIA GRUPO VIERTINA S.A	C.C. SAN LUIS Y AV. RUMINAHUI	1791289269001	RODRIGUEZ HERRERA EDWIN JAVIER
236	141 070207001000	INMOBILIARIA HERDOIZA RAMIREZ S.A.	LA ESPERANZA 1332	1790635619001	HERDOIZA RAMIREZ IVONNE PATRICIA
237	312 040200114000	INMOBILIARIA LOS NARANJOS CIA	AV. ENRIQUEZ Y BAHIA DE CARAQUEZ	1705185369	CANADAS WANDEMBERG MONICA GIO
238	154 010201116000	INMOBILIARIA MONTEVALLECIA.LT	SUCRE 337 Y AV. ENRIQUEZ	1791299434001	SALAZAR CORDOVA CARLOS FERNAN
239	508 050103001000	INMOBILIARIA NAJAPOJUJA CIA. LTDA.	AV. ILALO Y ENRIQUEZ	1701886390001	HERRERA ROJAS GLORIA NANCY
240	52 000000000000	INMOBILIARIA PINLLOCOTO CIA.	AV. RUMINAHUI 965	1791055446001	ROMERO RODRIGUEZ GUILLERMO
241	51 000000000000	INMOBILIARIA SYRUSCO S.A.	AV. ILALO EL TRIANGULO	1791314905001	LOOR SOJOS MARCELO
242	539 050201013000	INMOBILIARIA Y COMERCIAL MODASA S.A	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	0190307859001	ANDRADE PALACIOS MAGDALENA DEL CARMEN
243	193 218310100100	INNARAISA AGRO INDUSTRIAL	HACIENDA LA ESPERANZA	1791808622001	RECALDE CUMBA RENE ALFREDO
244	1 010301304000	INST. PROF. DE BELLEZA"ROSEN"	PICHINCHA Y MONTUFAR	1790718093001	VENEGAS DE ENDARA ROSA
245	383 040200121000	INSTITUTO BILINGUE HENRI DUNANT	AV. GRAL. DAVALOS Y AV. ENRIQUEZ	1791780620001	HERNANDEZ FABARA MARCIA HAYDEE

246	172 010302804000	INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR RUMINAHUI	AV. CALDERON Y ESPEJO	1791346793001	SUAREZ CARMITA INES
247	239 011405406000	INTELMATICA ELECTRONICA CIA.	TUNGURAHUA S/N URB.SANTA ROSA	1791283090001	JATIVA ORDONES MARIO RICARDO
248	265 080103223000	INTELREC CIA.LTDA.	AVENIDA ATAHUALPA # 545	0400585268	MONYALVO ORTIZ JORGE ISAAC
249	592 050201013000	INTERMODA MEGASTORE S.A.	C.C. SAN LUIS SHOPPING LOCAL 227	1791304381001	MAAG MOECKLI ALBERTO RICHARD
250	299 120104745000	INTERNATIONAL ARCHITECTURAL IRONNWORK SINC ECUAD	MARIANA DE JESUS 800	1791413385001	VARELA CALDERON PEDRO AMADOR
251	543 050201013000	INTINDEL S.A	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	1791956680001	VELEZ VELEZ JUAN CAMILO
252	404 060202007001	IRSAT SOCIEDAD CIVIL	ATUNTAQUI Y STA CLARA	1708252901001	DELGADO TROYA FRANCISCO RAFAEL
253	391 100402001000	ITHACA DESING S.A	IRITIYACU Y S/N - CUENDINA	1791960815001	PEREZ CHIRIBOGA MARTHA ALICIA
254	153 040201705000	JARAC IMP. Y EXPORTADORA	URB. YAGUACHI CALLE C	1707739486001	CHACON ANA CONCEPCION
255	165 000000000000	JUAN RUIZ LANDA CIA. LTDA.	MERCEDES GONZALEZ 197 CAPELO	1790993396001	RUIZ LANDA JUAN ARSENIO
256	442 030202302000	JUANFE "HOSTERIA HACIENDA LA CARRIONA"	LOS SHIRYS	1791829174001	BECDACH LASSO JUAN FERNANDO
257	422 100400101000	LA CABANA INVERSIONES TURISTICAS S.A	CABINTURS KM 41/2 VIA AMAGUANA	1702665744001	CEVALLOS CHARVET NAPOLEON RAMIRO
258	378 050104429005	LA LIRA INSTRUMENTOS Y AUDIO CIA LTDA	AV.RUMINAHUI Y 7MA TRANSVERSAL	1791826418001	ROSETO SANCHEZ ELIZABETH PAULINA
259	145 100400114000	LA MACIA PONTICELLI CIA.	LTDA AV. LOS SHYRIS KM. 5	1705675476	PONTICELLI LLOPART FRANCISCO
260	292 050301007000	LA TELA ARANA	AV. ENRIQUEZ 3380	1715259204	LUZ ANGELA BAENA ECHEVERRI
261	612 050106801000	LAARCOM COMUNICACIONES Y SEGURIDAD CIA. LTDA	AV. RUMINAHUI 1062 E ISLA PINTA	1791291182001	TIRIRA SAA MARIA LUISA
262	620 120105602000	LANCELOTPROSEG PROTECCION Y SEGURID CIA. LTDA.	AV MARIANA DE JESUS 1576	1704405008001	LOPEZ NICOLALDE CARLOS DANILO
263	57 000000000000	LATINOAMERICANA DE JUGOS S.A.	AV. LOS SHYRIS KM. 5	1790772446001	SERRANO LASO JAVIER PATRICIO
264	586 050100814000	LATINTRAILS CIA. LTDA.	AV. RUMINAHUI Y GEOVANNY FARINA	1792038448001	PERKINS ROBLES MARCEL ANDRE
265	302 120101909000	LAUBERT INMOBILIARIA	DOLORES DE GALINDO 609	1791282000001	BENAVIDEZ ORMAZA SANTIAGO
266	541 050301106000	LAVANDERIA LAVAMERICA CIA. TLDA.	AV. ENRIQUEZ 3353	1711883973001	CAISATOA ASIMBAYA LUIS PATRICIO
267	189 050300413000	LAVANDERIAS ECUATORIANAS C.A	AV. ENRIQUEZ	1790397815001	DAVALOS SALAZAR JUAN BERNARDO
268	585 050201013000	LIBRI MUNDI LIBRERIA INTERNACIONAL S.A.	C.C. SAN LUIS Y AV. RUMINAHUI	1791411293001	DALMAU CHIRIBOGA FRANCISCO BENJAMIN
269	618 020100101000	LOPEZ & ASOCIADOS CIA. LTDA.	AV. LOS SHYRIS Y AV. CALDERON	1712201480001	LOPEZ LOACHAMIN BLADIMIR ARMANDO
270	131 050104309000	LUBRICANTES Y TAMBORES DEL ECUADOR C.A	. AV. RUMINAHUI Y CORDERO	0990026599001	DIAZ COBOS SANTIAGO JOSE
271	56 000000000000	LUXECUADOR S.A	AV. ENRIQUEZ	1790217906001	SVEN ANDERSSON
272	234 010103303000	M.G. MANTE. DE ASCENSO	ESPANA	1709848830	HERRERA JUAN CARLOS
273	466 050103609000	MACRIL S.A	AV. RUMINAHUI E I. SAN CRISTOBAL	1791817028001	PONCE PALACIOS CRISTINA
274	113 011100501000	MADERAS ORIENTE	AV. ENRIQUEZ 2702		QUINONEZ MUNOZ GALO
275	534 011000126000	MAGDA ESPINOSA CIA. LTDA.	C.C. RIVER MALL AV. LUIS CORDERO	1791739876001	ESPINOSA VALENCIA MAGDA ELIZABETH
276	430 011000158000	MALL AUTOMOTRIZ RAMASURI CIA LTDA	AV. ENRIQUEZ S/N	1791910680001	SUAREZ UTRERAS FACUNDO ENRIQUE
277	179 050103115000	MANZANO BIENES Y RAICES	AV. ENRIQUEZ 4TA TRANS.C.C.GRAD	1801180421001	MANZANO SALAZAR GUADALUPE DEL
278	461 010101505000	MAPER SERVICIOS.	ESPANA Y GONZALEZ SUAREZ 295	1791991192001	ROMERO ALMEIDA JAIME VINICIO
279	479 100500719000	MARCADIS S.A	IRITIYACU - CUENDINA	1705918835001	DIAZ PEREZ MARIO ANIBAL
280	284 010200818000	MAROMOUCI REPRESENTACIO.S.A.	FRANCISCO GUARDERAS Y SALINAS	1707221436	MEJIA BOTERO DORIS
281	603	MCV DEL ECUADOR S.A.	HACIENDA EL ROSARIO	1791824105001	GOMEZ SALAZAR NELSON ANDRES
282	347 011000126000	MEDICITY S.C.C	C.C. RIVER MALL AV CORDERO 377	1791785010001	MEDINA FUENTES ANSHELO GIOVANNI
283	334 050105807000	MEGA MOTORS S.A	AV. SAN LUIS 623 Y 7 TRANSVERSAL	1791738330001	VELASCO FREIRE MARCO LENER
284	525 040201606000	MEGAFRIO S.A.	AV. ENRIQUEZ - URB YAGUACHI	1791408381001	ALMENDARIZ GARCIA GALO RIGOBERTO
285	123 000000000000	MEGAMUEBLES CIA LTDA	AV. RUMINAHUI Y ZARUMA EL RANCHO	1790844587001	BARREIRO VIVAS JORGE MAURICIO
286	465 100702402000	MEGATRANS S.A	AUTOP TAMBILLO S/N 2 - URB ALFARO	1703295954001	ORDONEZ RAMOS GUSTAVO RUBEN

287	253 000000000000	MENDOZA PENA S.C.C.	AV.LUIS CORDERO 253	1791756746001	MENDOZA MARCO DANILO
288	245 010100712000	MENSAJERIA EXPRESA VALLEXPRES	LEOPOLDO MERCADO 2611 Y ALFARO	0601506215	GUAMAN MUNOZ CARLOS MERCELO
289	257 010200118000	MERYLAND TRADE S.A	AV. ENRIQUE # 2814 Y AV. CORD	1912860020	INIGUEZ IZQUIERDO JUAN MANUEL
290	564 050201013000	MIX TWO C.C. SAN LUIS	AV. RUMINAHUI	1707362958001	ESTRELLA NARANJO LUCY YELENA
291	357 011000126000	MODAFEMME CIA LTDA	C.C. RIVER MALL AV CORDERO 377	1791754573001	ALMEIDA TERAN ANA CECILIA
292	468 050103712000	MODUESPACIO CIA LTDA	AV. GRAL RUMINAHUI 02 Y CHIRIBOGA	1791913736001	VASCONEZ ESCUDERO JUAN FRANCISCO
293	590 050104433000	MULTIACCESORIOS S.A.	AV. RUMINAHUI E ISLA MARCHENA	1791743202001	NUNEZ ESTRELLA RODRIGO ERNESTO
294	606 010103203010	MUNOZ - DUQUE CONSTRUCTORES S.C.C.	ESPAÑA 495 Y JARAMILLO	1708030133001	MUNOZ RODRIGUEZ NESTOR RENE
295	528 050103117001	MUTUALISTA PICHINCHA	C.C. EL PRADO AV. ENRIQUEZ	1790075494001	AVILES ALVAREZ HUGO FERNANDO
296	285 050106916002	NELSON SECRETS S.A.	AV. RUMINAHUI # 650 CASA 2	1791806557001	THURDEKOOS VELEZ NELSON
297	64 050103123000	NEXUSTERRA S.A	URB. CHIRIBOGA 7MA. TRANSVERSAL	1791318579001	BUSTAMANTE BARRIGA ALEXANDRA
298	63 090100103000	NIFA S.A. NUEVA INDUS. FARMA.	AV. RUMINAHUI FRENTE A DANEC	1790077446001	AULESTIA JACOME RAUL LEONARDO
299	99 000000000000	OCABSA S.A.	AV. ENRIQUEZ 769 Y LUIS CORDERO	0990173834001	ORTIZ JORGE CARLOS
300	435 030100103000	OPOR S.A "ESTACION DE SERVICIO EL OASIS"	NOGALES Y VENEZUELA 09	0991320423001	DELGADO DELGADO MANUEL ANTONIO
301	256 060103402000	ORGANIZATION BUSINESS MULTION	GUAYAS # 13 LACOLINA	0991414789001	MONROY MORENO ALEX RICHARD
302	572 010400304000	P.V. CONSTRUCCIONES	JUAN GENARO JARAMILLO 312	1708048994001	VASCO ACOSTA PATRICIO FERNANDO
303	12 011300156000	PALAVIC CIA LTDA.	AV. ENRIQUEZ 3015 Y COLOMBIA	1790366049001	LUNA FLORES LAURA BEATRIZ
304	160 000000000000	PALILLERA DE LOS ANDES	DARIO FIGEROA Y AV. ENRIQUEZ	1702020692	ORTEGA POZO SANTOS DAVID
305	11 010900411000	PANADERIA "GRAN PANADERO"	AV. LUIS CORDERO S/N Y ESPANA	0622789001	PUMA CARLOSAMAN PEDRO MANUEL
306	10 050102901010	PAPELERIA "DEL VALLE"	C.C. PLAZA DEL VALLE L-A-07-B	1790729613001	MENA HARO ELLANA
307	610 050201013000	PASAMANERIA S.A.	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	0190003299001	TOSI INIGUEZ PIETRO GIUSEPPE
308	306 060310524000	PAVIMENTOS Y CONST.VIALES CIA	AV. PINTAG (INSTALAC. DE CHOVA)	0701159873	CHAN GALLARDO JAIME PATRICIO
309	511 050101705000	PET SHOP CRIADERO LOS CHILLOS	AV. RUMINAHUI 910 E ISLA ESPANOLA	1792025583001	VARELA GUERRON EDDNA KARINA
310	387 010302301000	PONCE ESPINOSA & ASOCIADOS SU SEGURIDAD CIA LTDA	AV. CALDERON 403 Y QUIMBALEMBO	1791950763001	PONCE CABRERA OLDRICH GERMAN
311	510 050304507000	PONCE Y AVELLAN CIA. LTDA.	C.C. CIBONEY LC 6 AV. ENRIQUEZ 2179	1791022886001	PONCE MISLE JOSE MARIA
312	323 010102010000	PRACTISERVICIOS	BOLIVAR Y MONTUFAR 520	1791843584001	ALVEAR VOIGT LUCIANA MARA
313	600 010301201000	PREFABRICADOS CIMENTACIONES PRECISER S.A	AV. CALDERON Y QUIMBALEMBO	1714691415001	VILLASMIL D EMPAIRE RAFAEL JOSE
314	70 060310524000	PRODASFALT S.A.	GRAL PINTAG Y ENRIQUEZ (COMERCIA)	1790500705001	HERMOSA ARROYO FAUSTO FERNANDO
315	617 011403917000	PRODUCTOS ALEXANDER	CERRO HERMOSO Y ZUMACO	1700026584001	SOTOMAYOR MARTINEZ ROSA MATILDE
316	405 010300809000	PRODUVALLE CIA LTDA	AV CALDERON S/N Y QUITO	1709338824001	CAIZA GUALOTUNA BLANCA AZUCENA
317	250 000000000000	PROHIGIE C.A.	BARRIO CUENDINA	0900265869	HORST MOELLER FREILE
318	602 010302404000	PROINAGA CIA. LTDA	INES GANGOTENA 284 Y QUIROGA	1792072069001	CARRERA ASTUDILLO VERONICA GUISELA
319	67 040200123000	PROINCO SOCIEDAD FINAN. S.A.	AV. ENRIQUEZ SUPEMAXI LOS CHILLO	1790062929001	CHIRIBOGA TORRES MIGUEL
320	228 050300413000	PROSEDEV S.A.	AV.G ENRIQUEZ Y WANDEMBER	0501423917	ESTRELLA VACA MARCO
321	68 000000000000	PROVEEDORA ECUATORIANA S.A.	PROESA AV. RUMINAHUI	1790010945001	VALDEZ DIAZ ALEJANDRO JOSE
322	220 050301121000	PROYECTOS HORTYBLOON PLANTS S.A	ISLA PUNA	1791409825001	LAMERICHs BERHOUT LAMBERTUS JOHANES
323	164 000000000000	PUBVI PUBLI. BUEN VIAJE	SANGOLQUI	1704187523	GUEVARA MARITZA
324	467 050102807000	PUYO TRAVEL CIA LTDA	AV. RUMINAHUI - URB CHIRIBOGA	1791821742001	LEON QUILLUPANGUI GUIDO JOSE
325	260 050100125000	QUIJO ECHEVERRIA ASOCIADOS	ISLA ESPANOLA Y FERNANDINA	1706369038	QUIJO VILLAMARIN MANUEL MESIA
326	230 090208014000	QUIMICA RIANDI CIA. LTDA.	INES GANGOTENA 11	1791035828001	ECHEVERRIA VACA HECTOR RICARDO
327	619 050104429004	RAMITER S.A.	AV. .RUMINAHUI E ISLA GENOVESA	0992124636001	CASAS SANTACRUZ HENRY

328	270 010800117000	REMESAS UTRERAS & UTRERAS S.A	AV.LUIS CORDERO # 901 Y ESPANA	1791765834001	UTRERAS AGUIRRE JOSE RAMIRO
329	132 000000000000	REPRES. DE PROD. QUIMICOS CIA	SALCOTO	1790289095001	BALDEON MOYA FRANCISCO RAFAEL
330	371 050106933000	REPSOL YPF COMERCIAL DEL ECUADOR	AV. RUMINAHUI LTS 3, 4 Y 5	1791408683001	BOCETA LOPEZ JOAQUIN
331	180 120100118000	RESOVEL CIA. LTDA.	AV. ENRIQUEZ Y WANDENBERG 292	1702763325	ALMEIDA MEJIA MARIA EUGENIA
332	568 050201013000	ROMACC COMERCIALIZADORA SOCIEDAD CIVIL	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	1792022762001	CANAR YANEZ MARCOS WLADIMIR
333	72 030202303000	ROMERAL CIA. LTDA.	AV LOS SHYRIS KM 21/5	1790783162001	ROMERO ONATE FABIAN EDUARDO
334	457	RUMIFLOWERS CIA LTDA	LORETO	1709539140001	ZUNIGA DEL SALTO JAIME EDUARDO
335	443 011100401000	RUMINAHUI EXPRESS CIA LTDA	RIO COCA 100 Y RIO SUCUMBIO	1791888235001	CONSTANTE TIPAN WILLIAM BLADIMIR
336	488 011000126093	SALDUBATOURS S.A	C.C. RIVER MALL AV. LUIS CORDERO	1702575331001	CAJAS NEGRETE JORGE ENRIQUE
337	79 050104311000	SEDSE SERVICIO EDUCACIONAL SUIZO ECUATORIANO CIA.	AV. RUMINAHUI	1790707768001	CABEZAS BERNHARDT DANNY ALBERTO
338	599 011401918000	SEGURTIWINTZA SEGURIDAD INTEGRAL CIA. LTDA.	ESPANA Y ANTIZANA	1792072905001	VILLALBA MARCELO PATRICIO
339	408 011501723000	SEPROTRANSPORTE S.A	ENRIQUE TELLO Y CARMEN PETRONA	1791920961001	BAHAMONDE TERAN OSWALDO BLADIMIR
340	264 010101003000	SEPROVIP S.A.	OLMEDO # 370 Y VENEZUELA	1709344509	BAHAMONDE MARLON
341	494 070300602000	SERVASAN S.A	AV. PINTAG	1800417469001	LOWNDES ENDARA EDGAR RENE
342	406 110722016000	SERVICIO DE CARGA Y COMERCIO GRUCECAC S.A	PACHA Y PSJE S/N 03 – URB PAZMINO	1001447802001	ERAZO PROANO GALO FRANCISCO
343	506 060200145000	SERVICIOS COMUNITARIOS SERVIWALDOS S.A.	ATUNTAQUI 7A - HCDA SANTA CLARA	0601900467001	CHICAIZA MACAS ROSA ESMERALDA
344	75 050103701000	SERVICIOS DEL VALLE SERVIVALLE S.A	AV. RUMINAHUI Y 6TA TRANSVERSAL	1791240685001	WITT VORBECK JORGE ENRIQUE
345	355 050103001000	SERVICIOS INTEGRADOS Y CORPORATIVOS EMFALU	AV. ILALO 267 Y AV. ENRIQUEZ	1791760379001	LUDENA GRANJA FAUSTO MARCELO
346	444 060104910002	SERVICIOS INTEGRALES JOTAVE S.A	TUNGURAHUA CASA 154-B	1704923604001	ARIAS GALEAS JORGE ISAAC
347	246 010101904000	SERVICIOS TURISTICOS DEL VALLE TURISVALLE	MONTUFAR 458 Y BOLIVAR	1791731999001	CALERO NUNEZ PAULINA ELICIABEL
348	125 011405603000	SERVICIOS TURISTICOS SOMMERGARDEN CIA. LTDA.	CHIMBORAZO 248 Y SANTA ROSA	1791156714001	ARMENDARIZ CARRANZA PEDRO HUMBERTO
349	615 050201013000	SERVIDULCES S.A	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	0992264527001	BUNAY DONGILIO LEDA GINA
350	217 050101709000	SERVIENTREGA ECUADOR S.A	. AV RUMINAHUI 236	0991285679001	REYES SANTILLAN CARLOS RODRIGO
351	385 000000000000	SESEVALL CIA LTDA	AV. ENRIQUEZ 10-30	1791250923001	CARRILLO VILLAMAR RAMON VICENTE
352	77 030202004000	SICOMELEC S.A.	AV. ENRIQUEZ 4885	1790241599001	AYALA SALCEDO MARGARITA DEL PILAR
353	458 050103146000	SMART DESING REPRESENTACIONES CIA LTDA	AV. ENRIQUEZ 3881 Y 4º TRANS	1701750463001	CEVALLOS BRIONES HERNAN
354	266 010201114000	SMODIC DESARROLLO. SHUAR	SUCRE # 337 PARQUE EL TURISMO	1713724803	JINDIACHI YATRIZ SILVERIO
355	380 000000000000	SMP AGROPECUARIA SANTA ANA DE PASOCHOA	COTOGCHOA	1790427803001	CHIRIBOGA DASSUM MARCELO JOSE
356	425 110101510000	SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL "ALTOS DE SAN PEDRO SCC"	DIEGO JANCHI Y MANUEL POMBOZA	1701589143001	THURDEKOOS VELEZ NELSON
357	445 050200111000	SOCIEDAD DE HECHO "EL CUERVO VIEJO" BAR	AV. SAN LUIS SN - SAN RAFAEL	1791898869001	CAICEDO ARAQUE LUIS ABELARDO
358	547 050201013000	SOCIEDAD DE HECHO GEMAS	C.C. SAN LUIS ISLA 6 AV. RUMINAHUI	1791993608001	BORRERO MANSFIELD GABRIELA CRISTINA
359	394 140301911000	SOCIMEC CALICUCHJIMA 1089-	COTOGCHOA	1708213150001	VILANA QUISHPE OSWALDO
360	563 050201013000	SOCK SHOP	C.C. SAN LUIS Y AV. RUMINAHUI	1707362958001	ESTRELLA NARANJO LUCY YELENA
361	502 050103704008	SOFTECLAN CIA. LTDA.	C.C. LOS ARUPOS. 04 AV. ENRIQUEZ	1714724067001	PIARPUEZAN ARTEAGA JORGE IVAN
362	529 050102817016	SOLSOFT CIA. LTDA.	AV. ILALO Y FARINA OFICINA 12	1791235576001	RIOFRIO REYES AUGUSTO FERNANDO
363	533 040201403000	SOLUTIONS FOR MANY GENERATIONS SMG S.A	CAZADORES DE LOS RIOS Y YAGUACHI	0992153792001	PORRAS MUNOZ EDUARDO
364	182 010200440100	SOSACON CIA. LTDA.	AV. ENRIQUEZ	1704931532	SOSA GORDILLO JACINTO
365	518 011200213000	SOTRANSVALLE S.A	VENEZUELA 665 Y RIO TIGRE	1708514904001	PAZMINO MONTAQUIZA HUGO PATRICIO
366	316 050102509001	STADIUMSPORTS S.A	AV. RUMINAHUI Y AV. ILALO	1791323467001	SEMERENE PICON RUBEN OBDULIO
367	263 010200818000	SUENOS DE BOLIVAR TACOURIER	VENEZUELA # 3111 Y AV. ENRIQUEZ	1791334434001	TACO GUTIERREZ ANA MARIA
368	560 050201013000	SUMBAWA	C.C. SAN LUIS Y AV. RUMINAHUI	0909321051001	LOZANO AVILA MANUEL DARIO

369	175 050103206000	SUMHIDRO S.A.	AV. ENRIQUEZ E ISLA FLOREANA	1791751655001	CEVALLOS PENAHERRERA MARIA EULALIA
370	395 120201504002	SUPERLIM CIA. LTDA.	LOS CEDROS 48 CASA Y ORQUIDEAS	1791742680001	BORJA SALAZAR LUCIA ALEXANDRA
371	569 050201013000	TABACO Y PICA SAN LUIS	C.C. SAN LUIS Y RUMINAHUI	1792030668001	JORDAN HIDALGO MARCO FERNANDO
372	45 050102511000	TALMAX S.A	AV. RUMINAHUI 190 E ILALO	0992214295001	LIRA CASTILLO MARIA CRISTINA
373	367 012500122000	TAMBO DE URIN CHILLO CIA. LTDA	ESPANA 221 Y VENEZUELA	1791902122001	CEVALLOS MEJIA LUIS EDUARDO
374	561 050201013000	TATY BOUTIQUE C.C.	SAN LUIS AV. RUMINAHUI	1303430076001	MENA SILVA MERCY JACQUELINE
375	293 070101106000	TAXICONFORT C.A.	IGNACIO FLOR	1791825128001	ACHIG IMBA JUAN MARCELO
376	287 100807504000	TECHINT INTERNACIONAL	AV.LOS SHYRIS KM 4 1/2	1716052103	DUEÑAS ORJUELA JAIRO HUMBERTO
377	532 050301111700	TECNICAS AMERICANAS DE ESTUDIO ECUADOR TAEPE	ISLA PUNA 19 E ISLA DE LA PLATA	0992243430001	GARCIA POLANGO ISABEL CRISTINA
378	215 050100806000	TECNOCAR C.A.	AV RUMINAHUI 1160 1ERA TRANSVERS	1790900916002	DEL HIERRO CALISTO CARLOS ALB
379	516 050102817001	TECNOCORPA S.A.	AV. ILALO Y FARINA LOCAL 01	0992449292001	SAENZ ORTIZ GLADYS PATRICIA
380	183 000000000000	TECRET CIA. LTDA.	TECN. Y CON COTOPAXI Y PULULAHUA	1710455781	CEVALLOS PEDRO VICENTE
381	598 140501505000	TECWARE TECNOLOGIAS CIA. LTDA.	CALICUCHIMA - EL MANZANO	1791402340001	RAMOS HERMIDA VALERIA CATALINA
382	575 050201013000	TEXCOLOMBIA S.A.	C.C. SAN LUIS Y AV. RUMINAHUI	1791963695001	SOTO MONSALVE FRANCISCO ANTONIO
383	447 050106402011	TEXTIL ECUADOR S.A	SAN LUIS 315 ALMACEN 6	1790019659001	PEREZ DARQUEA FERNANDO MAURICIO
384	86 100807503000	TEXTILES DEL VALLE S.A	. AV. LOS SHYRIS KM. 3 1/2	1790719383001	RECALDE CAPELO HELMUT ALFONSO
385	269 040400409016	TEYTURSOLV CIA . DE TRANSPORTE ESTUDIANTIL	CONJUNTO TERRACOTA CASA 16	1791731328001	CALUPINA GARZON ADOLFO LENIN
386	565 050201013000	TIZMART	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	1705368833001	SOSA ANDINO BEATRIZ ELENA
387	310 050200413000	TOURING Y AUTOMOVIL CLUB DEL ECUADOR "ANETA"	AV. SAN LUIS E ISLA ISABELA	1790349578001	OBANDO UTRERAS GORKI SALOMON
388	552 070300106000	TOYOCOMERCIAL S.A.	AV. PINTAG SECTOR EL COLIBRI	1791945069001	BACA SAMANIEGO DIEGO FERNANDO
389	276 010500309000	TRADESUR DEL ECUADOR S.A.	INES GANGOTENA # 333 Y ROCAFUERTE	1701152405	MENA CHAMORRO WILSON RENE
390	156 010103013000	TRANORIENTAL CIA. LTDA.	TRANS GARCIA MORENO	1001313921	CRIOLLO PEDRO RAMIRO
391	147 000000000000	TRANSPORTE ESTUDIANTIL E INST. TRANSVALLE S.A	GARCIA MORENO Y AV. LUIS CORDERO	1791802527001	PONCE ESCANTA SEGUNDO FABIAN
392	290 080110832000	TRANSPORTE PESADO SALAZAR E HIJOS CIA. LTDA.	JUAN LARREA # 155 Y JUAN DE SALINAS	1791828437001	SALAZAR DIAZ OSCAR EFREN
393	213 110703031001	TRANSP. SELECTIVO EN TAXIS CONTRASELECTAX S.A	MARIANA DE JESUS 1141 ALFARO	1791408047001	MACIAS PINARGOTE RAMON GONZALO
394	233 110508512000	TRANSPORTES CONOCOTO AZBLAN S.A	FAJARDO	1790476898001	PROANO OREJUELA EDWIN GUTBERTO
395	157 000000000000	TRANSPORTES MAIZ Y TURISMO TRAMAYTU S.A.	ESPANA 988 Y ANTIZANA	1791305507001	ESCOBAR MONTUFAR WASHINGTON ESTEBAN
396	332 0	TRANSPORTES VINGALA C.A	JUAN PIO MONTUFAR S/N Y SALINAS	1791312147001	GARZON PAREDES RICARDO DANIEL
397	221 050102806000	TRANSPORTUR S.A.	AV RUMINAHUI 528 Y 5TA TRAS.	1702224401	RUIZ LAZO EDGAR DAVID
98	368 010200107000	TRECX CIA. LTDA "PINTULAC"	AV. ENRIQUEZ 2930	1791812484001	BETANCOURT RODRIGUEZ SILVIO WALTER
399	517 050104439000	TURBO TRANS CIA. LTDA.	AV. RUMINAHUI LTE 01 - SAN RAFAEL	1801891464001	GALLO TIGSELEMA NELSON ERNESTO
400	87 010700502000	UNIDAD EDUCATIVA DARIO FIGEROA S.A.	AV. LUIS CORDERO 1378	1791265165001	UBIDIA VILLAFUERTE MILTON ERNESTO
401	482 060200106000	UNIDAD EXPERIMENTAL LA LLAMA DEL VALLE S.A	ATUNTAQUI S 3 Y MERCADO	0905480463001	MORTENSEN CHIRIBOGA MARIA IVONNE
402	333 010101107000	UNION TEXTIL UNITEX C.A	ASCAZUBI 206 Y PICHINCHA	1791228685001	RAMSAUER KURSTEINER KARL
403	604 100806004000	UNION VERA PLASTIK	BARRIO URB EL CARMEN 05	1791869850001	VERA ZAMBRANO CARLOS FERNANDO
404	621 020104607000	UNIVALLE S.A.	FLORIDA 240 - URBANIZACION DEL MAG	1704267333001	PINTO VILLAMARIN EDISON RAMON
405	500 050102816012	UNIVISA S.A	C.C. PARIS LOCAL 12 AV. RUMINAHUI	0991285172001	VALDEZ ANDRADE IVAN EFRAN
406	398 010102010000	UNPIXEL DV	BOLIVAR Y MONTUFAR 520	1713210985001	MARTINEZ VALDEZ JOSE ANTONIO
407	162 000000000000	UPDATA CIA. LTDA	AV. ENRIQUEZ Y 7MA TRANSVERSAL	1705052866	JURADO JOSE
408	611 010102607000	VASLAV TORRES CIA. LTDA.	MORENO 1042 Y RIOFRIO - CENTRAL	1708048689001	TORRES SOSA VASLAV GONZALO
409	127 010500108000	VERBLAN C.A.	QUIROGA 354 Y GUAYAQUIL	0101010650	ARCENTALES JOSE AURELIO

410	252 050104322000	VESSEL CONSULTIN CORPORA.DHL.	AV. ENRIQUEZ C.C.EL PORTAL LOCAL3	1704885795	VERGARA ARAQUE RENE
411	581 050201013000	VIAMODA CIA. LTDA	C.C. SAN LUIS Y AV. RUMINAHUI	1791831276001	DAVALOS CARRASCO XAVIER FERNANDO
412	115 010701235000	VIDRIERIA COTOPAXI AV.	LUIS CORDERO 1738	1707777031	TOAPANTA DEFAZ WALTER FABIAN
413	151 120101014000	VILLASAN S.A.	AV. MARIANA DE JESUS 406	1703807725	VILLACIS AGUIRRE DEMETRIO W.
414	456 010200241000	VIÑA CAROLINA VIÑA CAROLI S.A "MONEY JUEGOS "	AV ENRIQUEZ 2943 AV ILALO 567 Y G	0992233869001	DIAZ SAAVEDRA MARIA AUGUSTA
415	573 050201013000	WACTCH OUT	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	1702080985001	HERRERA SANTACRUZ RUTH PIEDAD
416	181 030106714000	WALDOS CIA. LTDA. MEDICINA	AV. ENRIQUEZ 325 Y CALDERON	1791356578001	CARRERA SOSA JORGE MILTON
417	527 020203140000	WASCORP S.A URB EL MANANTIAL	CALLE H LT 6	0992345063001	PASACA ROJAS ANGEL VINICIO
418	399 050104302000	WHITE HOME CIA LTDA	AV. ENRIQUEZ Y AV. RUMINAHUI	1791869044001	RUALES MONCAYO NORA
419	261 010102302000	ZAIMELLA DEL ECUADOR CIA.LTDA	BOLIVAR # 576 Y MONTUFAR	1791297385001	DI MELIA VESPA ELVIRA
420	103 050106913000	ZOOFARMA S.C.C. CENTRO AGRICOLA	AV. EL PROGRESO 10MA TRANSVERSAL	1791255879001	VELA PAZMINO JORGE LUIS
421	623 050201013000	ZOTDES MANCARIAN CIA. LTDA.	C.C. SAN LUIS AV. RUMINAHUI	1792006996001	LONGO MOSCOSO GUIDO OSWALDO

ANEXO Nº 3 Informe de actividades de vinculación.

ACTIVIDADES DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.



Programa de Tesis 23. Grupo de vinculación con la sociedad de la Universidad Central del Ecuador y el Sr. Julio Gualotuña Gerente de la cooperativa de ahorro y crédito “Luz del Valle”.

Mediante la cooperativa de ahorro y crédito “Luz del Valle”, se pudo realizar labores de vinculación con las personas del cantón Rumiñahui. Las actividades iniciaron con la determinación de los temas de tesis para cada uno de los integrantes del grupo, esto se lo hizo identificando las posibilidades que se tenía con cada tema en favor de la comunidad.

Una vez seleccionado el tema de tesis, se tuvo los primeros acercamientos con los habitantes, mediante la realización de encuestas que tenían diversos fines. Con esto se pudo conocer más de cerca las características que presentaba la población.

Se asistió a algunos seminarios a los que fuimos invitados por la cooperativa, esto nos ayudo a enfocar el tema desde una mejor perspectiva.



Entrega de tarjetas para el seguro excequial y recopilación de datos a los socios de cooperativa "Luz del Valle"

Luego de esto se hizo un trabajo directamente con la cooperativa y sus socios, que consistía en la entrega de tarjetas para un seguro excequial y la recopilación de datos y referencias generales del socio, esto fue durante varias semanas de esta forma se contribuyó con la cooperativa y un gran número de personas de cantón para que opten por un ventajoso seguro. El trabajo realizado concluyó con un informe final de lo logrado en ese período, cabe mencionar que se supero positivamente las expectativas que se esperaban.



Trabajo terminado de entrega de tarjetas para el seguro excequial.



Finalmente el grupo de vinculación participó en la feria navideña, en donde se reunió a un gran número de personas; evento en el cual mucha gente acudió y se participó en algunas actividades a favor de la comunidad.

Se debe mencionar que se trabajó a la par desarrollando los temas de tesis para la comunidad y haciendo actividades de vinculación con la sociedad dentro del cantón Rumiñahui.